

Seija Ridell



Elämää **Facebook** in ihmemaassa



Seija Ridell

# **Elämää Facebookin ihmemaassa**

*Sosiaalinen verkostosivusto käyttäjiensä kokemana*

Tampereen yliopisto

**CMT**



# **TAMPEREEN YLIOPISTO**

Viestinnän, median ja teatterin yksikkö, CMT

© Seija Ridell

Kansi: Sakari Viista

Taitto: Aila Helin

ISBN 978-951-44-8678-4 (nid.)

ISBN 978-951-44-8679-1 (pdf)

Juvenes Print – Tampereen Yliopistopaino Oy  
Tampere 2011

*Uteliaisuudesta kihisten  
hän säntäsi pellon poikki Kanin perään  
ja ehti onnekseen juuri nähdä,  
kun se livahti isoon koloon pensasaidan alla.*

*Saman tien Liisa hujautti Kanin jäljessä alas,  
miettimättä hetkeäkään,  
kuinka kummassa pääsisi takaisin ulos.*

Lewis Carroll (1896) *Liisa Ihmemaassa*

## Saatteeksi

Sanotaan se heti alussa suoraan ja siekailematta. Käsillä oleva tutkimus on mitä suurimmassa määrin nojatuolinetnografiaa, jonka tekijä ei itse käytä verkon yhteisösivustoja eikä ole Facebookissa – tämän jälkeenkään.

Juuri kokemus omasta ulkopuolisuudesta viritti alun perin kiinnostuksen teknologiavälitteiseen sosiaalisuuteen sellaisena kuin se toteutuu 2000-luvun alun verkkoympäristössä ja nimenomaisesti sen kansoitetuilla verkosto- tai yhteisösivustoilla. Varsinaisen huomioni kohteeksi valikoitui tutkimuksen toteutusajankohtana maailmanlaajuisesti suurinta käyttäjien suosiota nauttinut Facebook.

Facebookin kautta suuntaan tässä raportissa vieraan katseen yhteen digitalisoituneen aikamme ilmiöön ja yritän tähyillä sen pintakuohuja syvemmälle. Lukijan arvioitavaksi jää, voiko epäsosiaalinen tutkija tavoittaa mitään tolkullista tai kiinnostavaa elämästä verkkososiaalisuuden ihmemaassa.

Haluan kiittää lämpimästi kahta tutkimuksen kulkua tärkeällä tavalla edesauttanutta henkilöä. Ensiksikin tietopalvelusihteeri Tiina Inkistä Tampereen yliopiston Viestinnän, median ja teatterin yksiköstä. Tiina huolehti yhtä mallikkaasti kuin kärsivällisesti aineiston tuottamisessa käytetyn laajan verkkolomakkeen teknisestä toteutuksesta. Toiseksi tutkimusassistenttini Minna Vigrenin omakohtainen Facebook-tuntemus ja hänen oivaltavat huomionsa viestinnästä ja vuorovaikutuksesta sivustolla olivat antaumuksellisen työtehtäviin paneutumisen ohella kannaltani kullanarvoisia.

Isot kiitokset kuuluvat tietysti kaikille tutkimuksen verkkokyselyyn vastanneille – ja heistä erikseen vielä niille, jotka näkivät vaivan ja antoivat aikaansa osallistuakseen kyselyn jälkeen järjestettyihin ryhmäkeskusteluihin Turussa, Tampereella, Helsingissä ja Jyväskylässä. Verkkokyselyyn saatujen vastausten suuren määrän vuoksi näiden keskustelujen erittelyä ei ikävä kyllä ollut mahdollista sisällyttää tähän tutkimukseen.

Tampereen marraskuussa 2011

*Seija Ridell*





# Sisällys

Saatteeksi .....	7
<b>I Johdanto.....</b>	<b>13</b>
Sosiaalista elämää verkon tiloissa ja tilanteissa .....	13
Facebook tilana.....	16
Valtaa ja vallattomuutta verkostosivustoilla.....	22
Facebook-käyttäjät tässä tutkimuksessa.....	27
<b>II Verkkokyselyyn osallistujat mediamaisemissaan .....</b>	<b>31</b>
Monivalintakysymyksillä kartoitettua .....	31
Vastaajajoukon luonnehdintaa .....	35
Vastaajien medialaitteet ja eri medioiden käyttö .....	36
Vastaajien internetin käyttö .....	38
Verkon sosiaalisen median käyttö.....	42
Facebookin käyttö ja kaveriverkostot.....	43
Suhtautuminen Facebookin rakenteellisuuksiin .....	47
Facebook-toimintojen käyttö .....	48
<b>III Käyttäjien kokemuksia Facebookista.....</b>	<b>53</b>
Avovastaukset kurkistusluukkuina Facebook-elämään .....	53
Miksi Facebookiin on menty .....	57
Uteliaisuus, yhteydet ja muiden kannustus.....	57
Facebookiin päätyminen syistä lähemmin .....	60
Tulkintaa Facebookiin päätymisestä.....	65
Hyviä kokemuksia Facebookista .....	67
Ylivoimaisesti parasta: yhteys muihin ihmisiin .....	67
Yhteyksien moninainen helppous .....	70
Ajan tasalla muiden kuulumisista.....	75
Facebookin toimivuus palveluna.....	79
Viihdyttävä Facebook.....	81
Muuta hyvää Facebookissa.....	84
Hyvä olla yleisönä Facebookissa .....	88

Huonoja kokemuksia Facebookista.....	90
Monta syytä tyytymättömyyteen ja huoleen.....	90
Yksityisyys Facebookin skilleen kantapäänä .....	94
Liika avoimuus ja julkisuus .....	100
Viestittelyn keveys ja kaikenkarvainen kaveruus.....	105
Paha olla muiden kanssa.....	112
Facebookin ahdistavuus symboliympäristönä.....	117
Facebook koukuttavana aikavarkaana .....	121
<i>Hyvähaha Facebook .....</i>	<i>123</i>

## IV Yleisönä toimiminen ja esiintyminen

<b>Facebookissa.....</b>	<b>127</b>
Facebook-päivitysten yleisönä – ja vähän tekijänäkin.....	129
Statuspäivityksen hyvyyden moninaiset määreet.....	129
Erityisen hyvää: hauskoja kuulumisia lyhyesti ja kiinnostavasti .....	133
Hyvän statuspäivityksen liukuväripinnalla.....	137
Sisällöltään hyvä Facebook-päivitys.....	139
Hyvä päivitys muodon näkökulmasta .....	140
Myönteisyys hyvän päivityksen kriteerinä .....	144
Torjunta päivityksen hyvyyden määrittelystrategiana .....	146
EIKÄ varsinkaan arkee!.....	149
Statuspäivitykset tekijän näkökulmasta.....	153
<i>Facebook-päivitysten vaativa yleisö .....</i>	<i>156</i>
Minän esittäminen Facebookin profiilikuvissa.....	159
Minäkuvien ylivaltaa.....	159
Minät kuvassa – aidosta esitettyyn .....	163
Ihan minä.....	164
Minä kasvokuvassa .....	168
Minä ajassa, tilassa ja toiminnassa .....	174
<i>Näyttävät hymynaamat profiilikuvan promenadilla.....</i>	<i>180</i>

## **V Facebook-ympäristön rakenteellisuudet**

<b>ja toimijuuden rajat .....</b>	<b>185</b>
Lisää omaa räätälöintiä ja päätäntävaltaa.....	186
Oman tilan hallintaa .....	188
Muita muutostoiveita .....	194
Yksityisyysasetuksia tiukentamassa .....	198
Näkymisen rajoitukset.....	201
Omien tietojen turvaaminen.....	205
Asemansa rajat tunnistava ilmaisiasiakas .....	207
Onhan ne – kuka niitä lukee?.....	210
Ei kai niissä mitään.....	212
Kenen sivusto, sen ehdot.....	214
Omalla vastuulla.....	221
<i>Ei niitä pääse itse tekemään kuitenkaan .....</i>	<i>224</i>

## **Päätteleviä huomioita .....**

Kirjallisuus.....	235
-------------------	-----

## **Liitteet**

Liite 1. Facebookin rakenne .....	243
Liite 2. Verkkokyselyn kysymykset .....	247
Liite 3. Taulukot.....	251



# I Johdanto

## Sosiaalista elämää verkon tiloissa ja tilanteissa

*Kuvittele, että iso osa seinistä, jotka yhteiskunnassamme tapaavat erottaa toisistaan huoneet, toimistot ja talot on yhtäkkiä siirretty tai poistettu ja että ennen erilliset tilanteet näin äkillisesti yhdistyvät. Tällaisissa olosuhteissa erot eri yhteyksissä esittämienne yksityisten ja julkisten minujen välillä eivät ehkä katoa, mutta ne muuttavat taatusti muotoaan. Pystymme kenties yhä toimimaan eri ihmisten kanssa eri tavoin, mutta kykymme erotella kohtauksia vähenee merkittävästi. Emme voi esittää toisistaan suuresti poikkeavia rooleja eri tilanteissa, koska tilanteet eivät enää eriydy tilallisesti selvästi toisistaan.*

Näin havainnollistaa toisen polven mediumteoreetikko Joshua Meyrowitz (1985, 6) muutoksia, joita radio ja televisio ovat hänestä saaneet aikaan ihmisten tavoissa viestiä toistensa kanssa ja esiintyä toisilleen sosiaalisen maailman materiaalisissa tiloissa. Kuvaus ponnistaa yhtäältä media-visionääri Marshall McLuhanin 1960-luvulla esittämästä ajatuksesta, että sähköiset joukkoviestimet ovat muuttaneet perustavasti tilan ja ajan kokemusta poistaessaan maantieteellisten välimatkojen merkityksen (McLuhan [1964a] 1984). Toisaalta Meyrowitz hyödyntää sosiaalipsykologi Erving Goffmanin ([1959] 1971) huomioita vuorovaikutuksen pelisäännöistä jokapäiväisen elämän fyysisissä tiloissa ja tilanteissa. Kun mediateknologia yhdentää toisistaan erilliset elämänpiirit, vakiintuneet 'goffmanilaiset' säännöt siitä, miten toimitaan lavalla ja lavan takana, joutuvat käymistilaan.

Meyrowitz tekee esimerkillään näkyväksi, kuinka vahvasti sosiaalisen toiminnan yksityisiksi ja julkisiksi mielletyt puolet, niiden erot ja keskinäisuhteet nojautuvat tilallisiin järjestyksiin. Samalla hän nostaa esiin teknologian tilaa määrittävän luonteen ja siten sen keskeisyyden eri tiloissa tapahtuvan kanssakäymisen kannalta. Viime vuosina viestintä- ja mediateknologian vauhdikas digitalisoituminen ja verkottuminen ovat ajankoh- taistaneet kysymykset tilan, teknologian ja ihmisten yhteiselämän muotojen vastavuoroisuudesta uudella pakottavuudella.

Itse asiassa Meyrowitzin havainnollistus seinien kaatumisesta voisi kuvata joukkoviestinten tilallisia vaikutuksia osuvammin sitä, miten internet ja erityisesti sen niin sanotut sosiaaliset verkosto- tai yhteisöpalvelut ovat 2000-luvun alussa muokanneet tilan ja viestinnällisten tilanteiden suhteita. Esimerkiksi Facebook, tätä kirjoitettaessa maailman ylivoimaisesti suosituin verkostosivusto, on tila, jossa saattavat mainiosti olla yhdellä kertaa paikalla tietyn ”henkilön kaikki ystävät, sukulaiset, opettajat ja naapurit” (Meyrowitz 1985, 4) ja näiden lisäksi kenties aimo liuta puolituttuja ja lapsuuden kavereita. Nuo kulloisenkin keskushenkilön monista erillisistä yhteyksistä ja ajankohdista tuntemat mutta toisilleen ehkä täysin vieraat ihmiset ja ihmisryhmät kohdistavat Facebookin tilassa huomion hänen näkymisiinsä, sanomisiinsa ja tekemisiinsä ’yhtenä yleisönä’.

Facebookin tapaisilla sosiaalisilla verkostosivustoilla ei ole hankalaa näyttää eri ihmisille erilaisia puolia itsestä vain siksi, että aiemmin erilliset yleisöt sulautuvat niissä yhdeksi – samalla kun yleisön koostumusta ja rajoja on usein mahdotonta hahmottaa tarkasti. Näin on käynyt myös siitä syystä, että kyseisen henkilön kaikilla erilaisilla tuttavilla on niin paljon häntä koskevaa muuta tietoa ulottuvillaan (vrt. Meyrowitz 1985, 6). Vaikutelmien tuottamista itsestä on vaikea hallita ajallisestikaan. Tilanteisen tiedon tallennettavuudesta ja sen tähän liittyvästä kertymisestä ja pysyvyydestä nimittäin seuraa, että minän esityksillä ei ole verkkoympäristössä yleisö vain tässä ja nyt, vaan menneillä esityksillä ja niiden ajan mittaan kasautuvilla ryppäillä voi olla monenlaisia yleisöjä myös tulevaisuudessa. (Palen & Dourish 2003, 130; ks. myös Tufekci 2008, 20; boyd 2008a, 2009.) Minän julkisen näkymisen hallintaa verkon tilassa vaikeuttaa lisäksi se, että toiset ihmiset saattavat halutessaan tuottaa, julkaista ja kierrättää henkilöä koskevia esityksiä tämän tietämättä ja ilman lupaa.

Yksi syy siihen, että oman muille näkymisen ja toisiin suhtautumisen hallinnointi muotoutuu verkon tiloissa uudelleen, on että niistä puuttuvat monet fyysisestä maailmasta tutut, usein hyvin hienovaraiset viestinnälliset keinot. Paitsi että verkossa ei ole tilaa jäsentäviä seiniä eikä etenkin tavalliselle käyttäjälle ovia ja lukkoja suljettavaksi<sup>1</sup> myöskään liikkeitä,

---

1 Mutta ks. esim. Riekkinen (2009, 389–391) tekniikoista – niistä yhtenä DRM (*digital rights management*) – joilla suuret kaupalliset ja hallinnolliset toimijat salaavat verkkoympäristössä tietoa estäen, rajaten ja kontrolloiden käyttäjien pääsyä siihen (ks. myös Lessig 1999).

eleitä, ilmeitä, kosketusta tai katsetta ei voi hyödyntää oman viestinnän säätelyyn. (Tufekci 2008, 22; vrt. Gaver 1992, 21.)<sup>2</sup>

Tarkasteltaessa digitaalisten ympäristöjen erityisyyttä on samalla tärkeää huomata, että niiden ja fyysisten tilojen jyrkkä erottaminen toisistaan on teknologisin perustein päivä päivältä itse asiassa hankalampaa. Fyysisten tilojen – erityisesti kaupunkitilan – infrastruktuuri on yhä läpikotaisemmin tietokoneistunutta ja ohjelmoitua; toisaalta verkkoympäristöt linkittyvät vahvasti maantieteellisiin sijainteihin erilaisten paikannuspalvelujen kautta. Kannettavia medialaitteita käyttäen ihmiset sukkuloivat jatkuvasti molemmissa ympäristöissä ja niiden välillä samalla kun he näin tehdessään kytkeytyvät globaalisti verkottuneen teknorakenteen dynaamisiksi osiksi (ks. Mitchell 2004; Ridell 2009 ja 2010; Gordon & de Souza e Silva 2011; myös Greenfield 2006, 63–65; Kitchin & Dodge 2011, 198–199; Giaccardi 2011, 665–666). Liikkuminen ja toiminta verkon tiloissa eivät myöskään ole jokapäiväisestä elämismaailmasta irrallista kyberelämää, vaan ne kutoutuvat elimellisesti ja ajankäytön kannalta jatkuvasti merkittävämmiin arjen käytäntöihin (Cohen 2007; Tuszyński 2008; Nielsen Online 2009; Baym 2010). Tilan digitalisoitumisen ja sosiaalisten tilanteiden suhteissa ei siten ole puhe vain siitä, miten 'lihatilojen' vakiintuneet tilanteiset roolit muokkautuvat verkkoympäristössä ja millaisia uusia viestinnällisiä pelisääntöjä esimerkiksi verkostosivustoilla kehkeytyy. Tutkittavaksi asetuvat myös laajemmin ihmisten yhteiselämän dynamiikan muutokset ja pysyvyydet.

Haen tässä tutkimuksessa tuntumaa verkkoympäristöstä sosiaalisena tilana yhden yksittäistapauksen eli verkostosivusto Facebookin avulla. Hahmottelen sivuston käyttäjien mielipiteiden ja kokemusten pohjalta Facebookin luonnetta viestinnän, vuorovaikutuksen ja toiminnan paikkana pitäen mielessä sivuston tilaluonteen yhteyden sillä syntyviin sosiaalisiin tilanteisiin. Taustapontimena on yhtäältä yleisempi kysymys siitä, missä määrin ja millä tavoin verkkoympäristöjen rakenteelliset erityispiirteet ja niiden ero fyysisen maailman tiloihin nousevat esiin Facebook-käyttäjien kokemuksissa. Toisaalta minua kiehtoo Facebookin erityisyys sosiaalisuuden alustana.

---

2 Ks. Yee et al. (2009) mahdollisuuksista kehittää verkon tiloihin omanlaisiaan vuorovaikutuksen keinoja, jotka eivät perustu fyysisessä maailmassa tapahtuvan viestinnän jäljittelyyn.

Käyttäjien kokemusten kautta saavat samalla valaisua ne toiminnan muodot ja toimijaroolit, joita Facebookin tilassa omaksutaan sekä tavat, joilla sivustolla mahdollisesti liikutaan eri rooliasemien välillä. Oletukseni on, että viestintää ja olemista Facebookissa jäsentävät yhteydenpidon ohella muille näkyminen ja toisten yleisönä toimiminen ja että nämä toiminnot saavat alustalla monia ilmenemismuotoja. Erityisesti kiinnostuksen kohteena tutkimuksessa ovat juuri esiintyminen ja yleisyys, joiden osalta oma kiinnostava kysymyksensä liittyy siihen, millä tavoilla ne sisältyvät ulottuvuuksina myös muihin Facebookissa mahdollisiin ja luonteeltaan selvärajaisempiin toimintoihin. Samalla toimijaroolien kautta piirtyy oletettavasti näkyviin jälkiä niistä fyysisen maailman sosiokulttuurisista rajoista – kuten yksityisen ja julkisen rajalinjoista – joiden hämärtymiseen ja uudelleen määrittymiseen verkon tilaluonteesta harrastuneet tutkijat ovat kiinnittäneet huomiota.

## Facebook tilana

Facebookin ilmeisin kiinnostavuus tutkimuskohteena liittyy sen maailmanlaajuisesti hätkähdyttävän suureen suosioon<sup>3</sup> ja sivuston lyhyessä ajassa saamaan asemaan 'välttämättömyytenä', josta kieltäytyminen voi herättää jopa sosiaalisen pakon luonteista oudoksuntaa. Tässä yhteydessä

---

3 Vuonna 2004 toimintansa aloittanut Facebook oli elokuussa 2011 maailman toiseksi liikennöidyin verkkosivusto hakupalvelu Googlen jälkeen. Seuraavaksi suosituimpia sivustoja ovat Alexa Traffic Rankin mukaan Youtube, Yahoo, Live, Baidu, Wikipedia, Blogger, MSN, Tencent ja Twitter (<http://www.alexa.com/>). Sosiaalisten verkostosivustojen ja erityisesti juuri Facebookin käyttö on myös lisääntynyt muuta internetin käyttöä nopeammin (ks. esim. Nielsen Online 2009). Viime aikoina Facebookin kasvuvauhti on kuitenkin osoittanut hiipumisen merkkejä Yhdysvalloissa ja muissa länsimaissa.

Facebookilla oli elokuussa 2011 sen käyttäjämääriä seuraavan Socialbakers-sivuston mukaan yli 700 miljoonaa käyttäjää eri puolilla maailmaa (ks. <http://www.socialbakers.com/>; myös <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>). Eniten käyttäjiä oli Yhdysvalloissa (noin 154 miljoonaa), Indonesiassa (yli 39 miljoonaa), Intiassa (yli 33 miljoonaa), Turkissa (lähies 30 miljoonaa) ja Britanniassa (lähies 30 miljoonaa). Suomi löytyi elokuun lopulla 2011 sijaluvulta 56, ja käyttäjiä oli noin 2 miljoonaa eli 38,6 % väestöstä ja 45,2 % kaikista suomalaisista verkon käyttäjistä. Suomessa miesten osuus käyttäjistä oli 47 % ja naisten osuus 53 %. (Ks. <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/finland/>.) Luvut tarkistettu 22.8.2011.



erityisen mielenkiintoista on, että palvelu tarjoaa omanlaisensa ympäristön sekä keskinäiselle vuorovaikutukselle että isollekin yleisölle näkymiselle. Kysymys viestinnällisistä tilanteista asettuikin Facebookin osalta monelta kannalta erityisellä tavalla verrattuna vaikkapa videoiden julkaisualusta YouTubeen tai mikroblogi Twitteriin.<sup>4</sup> Toisaalta myös Facebookia koskevat danah boydin (2009) verkon ns. sosiaalisessa mediassa erottamat yleiset piirteet: tiedon pysyvyys, toistettavuus, etsittävyys, skaalautuvuus ja maantieteellisestä paikasta irtoaminen/siihen kiinnittyminen. Nämä ominaisuudet, jotka muuttavat ja mutkistavat ratkaisevasti fyysisiin tiloihin kiinnittyvän viestinnän ja vuorovaikutuksen dynamiikkaa, pysyvät boydin (2008a, 120) mielestä samoina verkon sosiaalisen median eri lajityypeissä niiden muista eroista riippumatta.<sup>5</sup>

Mittakaavaltaan erilaisen ja luonteeltaan vaihtelevan viestinnän samanaikaisuus Facebookissa moninaistaa sekä esiintymisen että yleisönä toimimisen muodot sen tilassa. Samalla keskinäisen, ryhmäpohjaisen ja

---

4 Ks. esim. Papacharissi (2009), joka vertailee Facebookin, LinkedInin ja ASmallWorldin tilallisia rakenteita ja niiden yhteyksiä tilassa tapahtuvaan vuorovaikutukseen päätyen rinnastamaan ensin mainitun sosiaalisen arkkitehtuurin lasitaloon.

5 Verkon ns. sosiaalisen median – jota myös vertaismediaksi tai Web 2.0:ksi kutsutaan – lajityyppisiin luetaan verkostosivustojen (esim. Facebook, Myspace, Orkut, LinkedIn, Bebo, Classmates Online, Tuenti) ohella yleensä mm. blogit, wikit, linkkien ja erilaisten sisältöjen jakamis- ja julkaisualustat (esim. Youtube, Flickr, del.icio, Last.fm), virtuaaliset maailmat (esim. Second Life) ja mikroblogit (esim. Twitter, Qaiku) (boyd 2009; Sirkkunen 2009).

Sosiaaliset verkostosivustot rakentuvat 'minäkeskisesti' ('egocentric') yksilöiden henkilökohtaisten yhteyksien ympärille, ja niitä yhdistäviä rakennelementtejä ovat käyttäjäkohtaiset profiilit, käyttäjien tuntemien ihmisten listaus, käyttäjien alustalle lataamat sisällöt sekä kommentit alustan muiden käyttäjien sivuille (boyd & Ellison 2007; Petersen 2008). boyd (2008a, 123) tiivistää, että "pohjimmiltaan sosiaaliset verkostosivustot ovat yhteisö-sivustojen luokka, jonka elementtejä ovat profiilit, ystävät ja kommentit". Verkostosivustoja oleellisinään määrittävänä piirteenä boyd (2006) ja boyd ja Ellison (2007) pitävät käyttäjien olemassa olevien yhteyksien julkistamista sekä mahdollisuutta navigoida yhteyslistalla olevien sivuille ja jättää sinne yksityisiä tai muille näkyviä viestejä, mikä muodostaa kunkin sivuston sisälleen dynaamisen sosiaalisen verkoston.

Merkillepantavaa on, että verkostosivustojen yksittäiset ominaisuudet ja toiminnallisuudet muuttuvat koko ajan, ja osa niistä saattaa pysyä alustalla vain lyhyen aikaa. Kuvaus Facebookin rakenteesta ja toiminnoista sellaisina kuin ne olivat heinäkuussa 2010 liitteessä 1.

julkisen viestinnän ulottuvuudet kietoutuvat alustalla likeisesti toisiinsa.<sup>6</sup> Palvelussa on piirteitä, jotka ilmeisen tarkoituksellisesti jäljittelevät kasvokkaista viestintää arjen materiaalisissa tiloissa ja niille ominaisissa tilanteissa. Tällaisia ovat esimerkiksi tietyt näennäisen triviaalit toiminnallisuudet, kuten toisten tökkääminen tai tykkäämispeukun ’näyttäminen’, jotka mukailevat fyysisen maailman vuorovaikutustilanteissa mahdollisia viestinnällisiä tekoja (vrt. Gaver 1992, 21–22; ks. myös Grimmelman 2009, 1155–1156). Yksi palvelun lähtökohtia tuntuu olevan juuri tunnun tuottaminen virtuaalisen tilan samanaikaisesta jakamisesta. Tässä hyödynnetään digitaalisen verkkoteknologian mahdollisuuksia, sille ominaista medium-affordanssia, jonka avulla voidaan pyrkiä häivyttämään verkon alustoilta oltaessa tietoisuus käyttäjien sijaitsemisesta fyysisesti eri paikoissa. Asetelma poikkeaa esimerkiksi kuvapuheluista tai videoneuvotteluista, joissa näyttöruudun ja muun teknologian materiaalisuus osapuolten välissä määrittää viestintätilannetta vahvasti ja tekniikan kehittyneisyydestä riippuen usein kömpelöstikin (Gaver 1992, 21). Digitaaliset ympäristöt mahdollistavat myös fyysisessä tilassa hankalia ja niissä usein mahdottomiakin toimintoja, kuten toisten tekemisten tiiviin ja huomaamattoman seuraamisen (vrt. Gaver 1992, 23). Juuri tällaisiin mediuimerityisyyksiin kiinnittyvät myös minän julkisen näkymisen pulmat Facebookin tapaisilla verkostosivustoilla.

Viestintään Facebookin tilassa sisältyy aina esityksellinen puoli. Esimerkiksi statuspäivitykset tai palveluun lisätyt valokuvat eivät vain välitä tietoa käyttäjien kuulumisista; yhteydenpidossa ja kokemusten jakamisessa lähipiirinkin kanssa on samalla kyse representaatioista, joita vastaanotetaan ja tulkitaan vähintään puolijulkisina esityksinä. Julkisen esilläolon aste Facebookissa vaihtelee, ja osin käyttäjän asetuksista riippuen se ulottuu tiukasti rajatusta ryhmästä hyvinkin laajojen näkymättömien yleisöjen

---

6 Oma niin esiintymistä kuin yleisönä toimimista kerrostava piirteensä on Facebookin lisääntyvästi liikkuva ja monipaikkainen käyttö sekä palvelun vahvistuva kytkeminen eri tavoin käyttäjien ja näiden verkostoihin kuuluvien maantieteellisiin sijainteihin (paikantaminen kartalla ym.). Elokuussa 2010 yhdysvaltalaisille Facebookin käyttäjille lanseerattu, kännykällä käytettävä Facebook Places on esimerkki tästä. Ks. The Facebook Blog 18.8.2010 (Michael Eyal Sharon) Who, What, When, and Now...Where <http://blog.facebook.com/blog.php?post=418175202130>. Suomessa Facebook Paikat tuotiin meteliä pitämättä käyttöön keväällä 2011 (ks. esim. [http://fin.ofterdawn.com/uutiset/artikkeli.cfm/2011/03/02/facebook\\_paikat\\_avautui-suomalaisille](http://fin.ofterdawn.com/uutiset/artikkeli.cfm/2011/03/02/facebook_paikat_avautui-suomalaisille)).

läsnäolon mahdollisuuteen. Alustan lähtökohtana on laaja sisäjulkisuus ('kaikki näkyy kaikille palvelun käyttäjille') ja enenevästi myös mittava ulkojulkisuus eli avoin näkyminen Facebookin ulkopuolisille verkon käyttäjille. Omaa näkymistä on kuitenkin mahdollista rajoittaa eri tavoin, esimerkiksi määrittelemällä pääsy profiilitietoihin joko 'vain kavereille' tai 'myös kavereiden kavereille'. Eroja on myös julkisen esilläolon luonteessa – performatiivisuuden asteessa ja sävyssä – eli siinä, kuinka suunnitellusti ja millaiseksi ajatellulle yleisölle käyttäjät Facebookissa esiintyvät. Yksi kaikkien verkostosisuvustojen ruokkima esiintymisen tapa on numeron tekeminen omista sosiaalisista yhteyksistä. Facebookin alustallakaan kavereissa ei ole kyse vain ihmisistä, jotka käyttäjä tuntee ja joihin hän haluaa pitää yhteyttä; muille näkyvä tieto siitä paljonko yhteyksiä on ja millaisia ne ovat, rakentaa osaltaan kuvaa käyttäjästä itsestään (Donath & boyd 2004; boyd 2006; boyd 2008a, 129–130; Walther et al. 2008; Grimmelman 2009). James Grimmelman (2009, 1160) tiivistää Facebook-viestinnän monikerroksisuuden toteamalla, että "toisen seinälle kirjoittamani kommentti ilmaisee kuka minä olen, vahvistaa välisemme suhteen ja asemoi meidät samaan sosiaaliseen verkostoon – kaikki tämä yhdellä kertaa".

danah boyd (2008b) kiinnittää huomiota verkkotilan rakenteellisten elementtien tärkeyteen pohtiessaan, miten Facebookissa viestitään ja millaista palvelussa oleminen on. Hän käyttää esimerkkinä alustalle syksyllä 2006 lanseerattua Newsfeed-ominaisuutta, jossa kulloisenkin käyttäjän kavereiden tuoreimmat tekemiset sivustolla, kuten päivitykset, kommentit toisten seinille, kaveriksi hyväksymiset, ryhmiin liittymiset, parisuhdetilanteen muutokset jne. koottiin avaussivulle samaan, jatkuvasti päivittyvään tapahtumavirtaan. Palvelun sisään rakennettiin näin uusi julkinen näkymä, jossa aiemmin erillään olleet tiedon palaset syötettiin käyttäjien ulottuville yhteen koottuina automaattisesti, jatkuvasti ja ajantasaisesti. Tämä dynaaminen arkkitehtuurinen ratkaisu teki aiempaa laajemmassa mitassa ja suuremmalla painolla näkyviksi myös erilaiset noloistumista aiheuttavat viestinnälliset virheliikkeet. Newsfeed toisin sanoen synnytti uudenlaisen sosiaalisen tilanteen, jolle ei löydy suoraa vastinetta fyysisen maailman tiloista ja jossa esimerkiksi suhtautumiselle kasvojen menetyksen aiheuttavaan käyttäytymiseen ei ollut olemassa valmiita pelisääntöjä.

boyd (2008b, 14) tähdentää, että vaikka Newsfeediin kootut yksittäiset tiedot olivat sinänsä julkisia kulloisenkin Facebook-käyttäjän kaveripiirille,

niiden kokoaminen samaan päivittyvään näkymään muutti palvelussa olemisen luonnetta tavalla, jonka käyttäjät kokivat yksityisyytensä loukkaukseksi. Asenteen muutos, jota käyttäjiltä vaadittiin, oli se, että omassa viestinnässä piti nyt lähteä oletuksesta, että jokaikinen liike alustalla näkyy välittömästi kaikille. Uusi rakenne-elementti toisin sanoen vei pidemmälle jo siihenastisten vakioasetusten suosimaa laajaa näkyvyyttä ja vahvisti tilannetta, jossa ”yksilöt eivät vain voi valita mitä he haluavat asettaa esille – heidän on pakko päättää, mitä he haluavat pitää piilossa” (mt., 16). Michael Zimmer (2006b) puolestaan luonnehtii Newsfeediä toteamalla, että sen myötä omien henkilökohtaisten tietojen välittymisestä katosi siihen liittynyt satunnaisuus: enää ei tarvinnut muistaa toisten aiempia käänteitä eikä nähdä vaivaa pysyäksään niistä ajan tasalla. Tämä rikkoi käyttäjien olettamia kontekstuaalisia normeja. Zimmer (2006a) havainnollistaa uutta tilannetta lainaamalla uutissyötteestä suivaantunutta verkkokeskustelijaa, jonka mielestä (yksityis)asioiden ”julkinen saatavilla olo ja niiden julkinen kuuluttaminen eroavat perustavasti toisistaan”.

Facebookin perustaja ja pääomistaja Mark Zuckerberg korosti etenkin palvelun alkuvaiheessa käyttäjien oikeutta hallita, keille heidän tietonsa näkyvät (Cassidy 2006). Käytännössä yhtiö kuitenkin on koko ajan kokeillut tietoisesti tai tahattomasti ihmisten julkiseen näkymiseen liittyvien vaikutuneiden pelisääntöjen rajoja. Kokeilu tapahtuu nimenomaisesti verkkoalustan rakenneratkaisujen kautta – raivaamalla tilallisia esteitä sekä Facebookiin rekisteröityneiden eri verkostojen väliltä että palvelun ulkopuolisten suuntaan.<sup>7</sup> Oma lukunsa on tietenkin se, että esteitä pyritään poistamaan innokkaasti Facebook-käyttäjien verkostojen ja mainostajien väliltä.<sup>8</sup> Suuntaa on vahvistanut Facebookin kehkeytyminen yksittäisen

---

7 Ks. esim. Opsahl, Kurt (2010a) Facebook’s Eroding Privacy Policy: A Timeline. 28.4.2010 <http://www.eff.org/deeplinks/2010/04/facebook-timeline/>. Havainnollinen on Matt McKeonin visualisointi Facebookin Default-asetusten muuttumisesta vuosina 2005–2010: The Evolution of Privacy on Facebook. <http://mattmckeeon.com/facebook-privacy>. Ks. myös boyd & Hargittai (2010).

Hyvin tietoisesta ‘seinien kaatamisesta’ oli kyse esimerkiksi joulukuussa 2009 toteutetussa muutoksessa, jossa Facebook teki käyttäjiensä henkilöä koskevista tiedoista – mm. nimi, profiilikuva, sukupuoli, asuinpaikka, verkostot, kaverilistat, ja fanitetut sivut – vakioasetuksissa avoimia myös palvelun ulkopuolisille (ks. esim. Kirkpatrick 2009, 2010). Huhtikuussa 2010 tietojen näkyvyyttä laajennettiin kontaktiverkostoihin (ks. esim. Opsahl 2010b)

8 Vrt. Scharmenin (2006) huomiot virusmarkkinoinnista MySpacessa. Vertaisverkostoja mainosten kierrättämiseen hyödyntävät keinot ovat kekseliäästi

yliopiston suljetusta yhteisösivustosta muutamassa vuodessa satojen miljoonien käyttäjien kansainväliseksi yhteyskanavaksi ja näyttämöksi.<sup>9</sup> Tämä tuntuisi vaikuttaneen myös Zuckerbergin julkiseen puhetapaan, jossa on paitsi alkanut korostua puhe sosiaalisen normiston yleisestä muutoksesta avoimempaan suuntaan<sup>10</sup> myös noussut esiin 'anti-goffmanilainen' ajatus ja vaatimus eri tilanteissa samana pysyvistä verkkominästä (ks. Zimmer 2010a ja c). Toisaalta kannattaa huomata, että vaikka Facebook ei enää ole 'aidattu puutarha' alkuvaiheensa mielessä, koko maailmanlaajuisessa tietoverkossa kyse on silti suljetusta alueesta sikäli, että sivustolle ei astella kuin avoimelle torille, vaan pääsy edellyttää rekisteröitymistä ja erinäisten itseä koskevien tietojen luovuttamista palvelun tarjoajalle (boyd 2009; Sirkkunen 2009).<sup>11</sup>

Merkillepantavaa on, että Facebookin pyrkimykset kaataa tilalliset rajaidat ihmisten välisessä viestinnässä, ovat törmänneet tuon tuosta käyttäjien vastahankaan. Newsfeed-ominaisuuden herättämät raivonpurkaukset ovat tästä yksi esimerkki, ja kahnauksia on ollut lukuisia muitakin. Yhdistävä piirre käyttäjäkapinoissa tuntuu olevan, että ihmiset nimenomaisesti kaipaavat Facebookiin vastinetta fyysisen maailman seinille – so. keinoja, joilla säädellä omaa muille näkymistä sen tilassa sekä pystyä

---

käytössä myös Facebookissa. Toisaalta ks. Nielsen Online (2009, 7).

Keskinäisverkostojen tehokkuus markkinoinnissa pantiin merkille jo 1950-luvulla. Kuten C. Wright Mills (1995, 92) kriittisesti huomauttaa, tuon ajan mainosnikkarit keksivät edeltävän pienryhmätutkimuksen pohjalta tavoitella ihmisiä näiden arkielämän yhteyksissä, tuttava- ja ystäväpiirin välityksellä. Nykymarkkinoinnin ammattilaiset puolestaan kiittelevät Elihu Katzin ja Paul F. Lazarsfeldin (1955) *Personal Influence* -teoksessa esitettyjen havaintojen osuvuutta tämän päivän verkkoviestinnässä (ks. esim. Rothenberg 2007).

- 9 Ks. boyd & Ellison (2007) Facebookin varhaisten kehitysvaiheiden sijoittumisesta osaksi verkon sosiaalisen median ja verkostosivustojen jatkumoa.
- 10 Ks. esim. Mark Zuckerbergin haastattelu 8.1.2010: (<http://www.ustream.tv/recorded/3848950>; (litteraatio haastattelun po. kohdasta: [http://www.huffingtonpost.com/2010/01/11/facebook-zuckerberg-the\\_n\\_417969.html](http://www.huffingtonpost.com/2010/01/11/facebook-zuckerberg-the_n_417969.html) tai [http://www.readwriteweb.com/archives/facebook-zuckerberg-says-the\\_age\\_of\\_privacy\\_is\\_ov.php](http://www.readwriteweb.com/archives/facebook-zuckerberg-says-the_age_of_privacy_is_ov.php)).
- 11 Tässä yhteydessä voi huomata myös, että esimerkiksi Newsfeediin eivät itse asiassa välity käyttäjän jokaisen Facebook-verkostoon kuuluvan kaikki tekemiset, vaan uutisvirta päivittyy sivustolla sovellettavalla algoritmisella logiikalla (ks. Weber 2010).

eriyttämään ja hallinnoimaan toisistaan poikkeavia sosiaalisia yhteyksiä.<sup>12</sup> Protestointi on pakottanut yhtiön useaan otteeseen viilaamaan palvelun ominaisuuksia ja tarjoamaan välineitä yksityisyyden rajaamiseksi (ks. esim. boyd & Hargittai 2010). Tämä antaa ymmärtää, että käyttäjillä on valtaa vaikuttaa tämän yksityisesti omistetun verkkotilan muokkautumiseen (vrt. Sirkkunen 2009, 365–369). Toisaalta kärhämöinnit osoittavat, että virtuaalista tilaa jäsentäviä rakenteita on helpompi muuttaa tilan käyttäjiltä kysymättä kuin on puuttua fyysisen tilan rakenteisiin. Erityisesti kaupunkiympäristössä tilankäyttöä ohjataan ja valvotaan ainakin periaatteessa lainsäädännöllä, ja asianosaisille tulee varata mahdollisuus ilmaista kantansa muutossuunnitelmiin etukäteen (Ridell 2001).

Tilan rakenteellisuuksien suhde niin käyttäjäkokemukseen kuin käyttäjien toimintamahdollisuuksiin on verkkoympäristössä kiinnostava mutta toistaiseksi vähän tutkittu kysymys. boyd (2008b, 19) kiinnittää huomiota siihen, että esimerkiksi Newsfeedin herättämästä rähäkästä huolimatta Facebookin käyttäjät mukautuivat muutokseen sangen nopeasti ja alkoivat sopeuttaa viestintäänsä uuteen arkkitehtuuriin (vrt. Tufekci 2008, 35). Lyhyessä ajassa uutissyötteestä on itse asiassa kehkeytynyt yksi Facebookin käytetyimpiä toimintoja. Huomionarvoista tässä yhteydessä lisäksi on, että uusille käyttäjille verkkoalusta kulloisinekin piirteineen näyttäytyy annettuna. Tällöin sivustolla olemiseen mahdollisesti sisältyviä epämukavuuden tunteita ei ehkä tule edes mieleen yhdistää sen tilallisiin erityispiirteisiin.

## **Valtaa ja vallattomuutta verkostosivustoilla**

Ajatus sosiaalisista verkostosivustoista digitaalisen ajan 'koteina' avaa yhden suunnan, josta lähestyä Facebookia tilaluonnetta ja sen suhdetta käyttäjiin. Esimerkiksi John Sloop ja Joshua Gunn (2010) katsovat, että ihmisten yhteydenpidon ja verkostoitumisen siirtyminen enenevästi

---

12 Tähän nähden on ironista, että yksi Facebookin keskeinen sivustoelementti on nimetty juuri seinäksi (Wall). Se muistuttaa luonteeltaan kuitenkin enemmän ilmoitustaulua tai seinälehteä kuin verkkotilaa viestinnällisesti eriyttävää rakennetta. Sitä vastoin yhtiö suhtautuu erittäin penseästi käyttäjien omaan 'seinien rakentamiseen' esimerkiksi useampi profiili perustamalla, mikä tarjoaa periaatteessa yhden tavan kontrolloida omaa näkymistä Facebook-tilassa (ks. Zimmer 2010b).

verkkoon ja henkilökohtaisiin mobiililaitteisiin on syrjäyttänyt perinteen, materiaaliseen paikkaan kiinnittyvän kodin yksityisen ja julkisen käyttäytymisen rajana sekä aktuaalisesti että metaforisesti. Kun 'kotiovi' (tai '-ovettomuus') on itsekunkin kannettavassa medialaitteessa, syntyy sosiaalinen asetelma, joka kannustaa yksityisyyden holtittomaan julkistamiseen – kunkinhetkisten tuntemusten ja kantojen ilmaisemiseen välittömästi muille riippumatta siitä, missä henkilö fyysisesti on. (mt., 294.) Tai kuten David Morley (2006, 33) huomauttaa, mobiilin digitaalitekniologian merkitys ei rajoitu siihen, että perinteiset joukkoviestimet ovat sen myötä karanneet kodeista kaduille, vaan kännykkä etunenässä on irrottanut kodin perinteisiltä fyysisiltä sijoiltaan. Kotisi on tänään siellä missä kannettavasikin.

Sloop ja Gunn (2010, 305) esittävät kriittisesti, että nyky-yhteiskunnassa eritoten sosiaaliset verkostosivustot tarjoutuvat 'kannettavan kotoisuuden' paikoiksi – turvallisuutta ja leppoisuutta lupaaviksi yksityisyyden tyyssiyoiksi, joissa voi rauhassa olla vaikka alusvaatteisillaan ja ilmaista vapaasti itseään. Juuri tässä on heidän mielestään myös näiden verkko-tilojen ideologisuus, josta ei saa otetta panoptikon-tyyppisen valtakäsityksen avulla. Verkostosivustojen käyttämisessä valta ei toimi ylhäältäpäin sisäistettynä oletuksena jatkuvasta valvotuksi tulemisesta vaan illusorisessa tunnussa siitä, että näissä tiloissa voidaan oleskella kuin siinä ainoassa paikassa, johon valvonta ei oletettavasti ulotu – kotona (mt., 305).<sup>13</sup> Toisaalta esimerkiksi Facebookin käyttäjien protestointi monia palvelun

---

13 Vrt. Petersen (2008), joka katsoo, että sosiaalisilla verkostosivustoilla oleminen hauskuus ja emotionaalinen palkitsevuus selittävät, miksi 'osallistumisen arkkitehtuuria' voi niin kätevästi käyttää 'riistämisen arkkitehtuurina'. Ks. myös Wittel (2001, 60), joka näkee panoptikonin luonteenomaisena valtiolliselle valtamekanismille siinä missä tietokannasta on tullut markkina-perustaisen vallan instrumentti. Albrechtstlund (2008) puolestaan tarkastelee verkostosivustojen mahdollistamaa ja ruokkimaa 'osallistuvaa valvontaa' ('participatory surveillance') osin myönteisenä ilmiönä.

Mark Andrejevic (2009, 42) avaa verkon teknologisten affordanssien ja ihmisten toiminnan suhteisiin hieman toisenlaisen näkökulman esittäessään, että Web 2.0:n erityispiirteenä usein suitsutettu interaktiivisuus ei itse asiassa pontevoita vaan orjuuttaa käyttäjiä pakottaessaan nämä klikkaamaan seuraavaa linkkiä, lataamaan uusin sovellus, vastaamaan viesteihin, kommentoimaan ja vuorovaikuttamaan aina vain useammin ja nopeammin, jolloin ei jää aikaa eikä mahdollisuuksia arvioida kriittisesti omia tekemisiä (ks. myös Jarrett 2008). Andrejevicin kuvaus muistuttaa McLuhanin ([1964a] 1984) ajatusta siitä, miten sähköinen media kiihdyttää kaiken inhimillisen ja sosiaalisen toiminnan vauhtia.

rakennemuutoksia kohtaan osoittaa, että verkkoteknologisten affordansien tarkoitushakuinen hyödyntäminen synnyttää kyllä ihmisten välille uudenlaisia tilanteita, mutta niiden vaatima uudenlainen sosiaalisuus pelisääntöineen ei välttämättä sukeudu kuosiinsa kivutta ja tuosta vain.

Lähtökohtani Facebookin tarkastelussa sosiaalisena tilana joka tapauksessa on, että tilallisiin järjestyksiin ylimalkaan tavataan suhtautua yhteiskunnassamme arkisina itsestäänselvyyksinä. Kyse on perustavasta infrastruktuurista, jonka huomiotta jättämiseen olemme – muiden sosiaalista elämää mahdollistavien ja ylläpitävien rakenteiden tapaan – kouliintuneet lapsesta pitäen (ks. Star 1999; ks. myös McLuhan 1964b ja Cavell 2002, 95–96). Verkkoympäristön ottaminen annettuna rutinoituu tavanomaistakin helpommin siksi, että kaupunkitilaan verrattuna sen rakentuminen ja toimintaperiaatteet ovat paitsi julkisen sääntelyn ulkopuolella myös digitaalisen teknologian luonteen vuoksi vaikeasti hahmottuvia. Kuten David Beer (2009, 1000) huomauttaa, ”emme yksinkertaisesti ymmärrä, miten Web 2.0:n materiaallinen infrastruktuuri vaikuttaa yksittäisten käyttäjien elämään, millä tavoin ohjelmistot rajoittavat ja mahdollistavat, kuinka ne rakentavat hierarkioita tai muokkaavat ihmisten kohtaamia asioita”. Samaan aikaan tilat, joissa kanssakäymisemme muiden ihmisten kanssa verkossakin tapahtuu, ovat viestinnän luonteen kannalta ratkaisevia.

Näkökulmasta, josta kiinnitetään huomiota verkkotilan piirteiden vuorovaikutusta ja toimintaa puitteistavaan ja jäsentävään luonteeseen, ei nouse kysymykseksi vain se, missä määrin ihmiset verkostosivustoilla – ja tässä tapauksessa nimenomaisesti Facebookissa – mukauttavat olemistaan ja viestintäänsä tilan vaatimuksiin ja suostutteluihin. Keskiöön asettuu myös, kuten Ryan Bigge (2008) muotoilee, ovatko käyttäjät ”lainkaan tietoisia näiden tilojen poliittisesta taloustieteestä”. Toisin sanoen: kiinnittävätkö esimerkiksi Facebookin käyttäjät huomiota siihen, mistä lähtökohdista ja millaisin tavoittein tilan rakenteet – ja siten heidän oman tilassa viestimisensä ja toimimisensa puitteet – tulevat määritellyiksi? Ja ehkä eritoten: onko Facebook-alustan arkkitehtuurin tietynlaisuudella heille mitään väliä?

Samaan aikaan on syytä tähdentää, että verkkotilojen rakenneominaisuuksien suhde niissä tapahtuvaan toimintaan on kaikkea muuta kuin yksioikoinen. Kuten edellä on nähty, verkostosivustot – ja kenties erityisesti ne – eivät ole irrallinen kehys niiden sisään sijoittuvalle toimeliaisuudelle.



Fred Scharmen (2006) huomauttaa MySpacea tarkastellessaan, että juuri käyttäjien toiminta tekee sosiaalisista verkostosivustoista omanlaisiaan tiloja, sillä käyttäjät ja näiden tuottama sisältö tuovat niihin 'liikenteen' eli vetävät paikalle muita käyttäjiä. Scharmen tulkitsee politiekonomistisesta näkökulmasta danah boydin ajatusta, että verkostosivustot ovat digitaalisen ajan vastineita kauppakeskuksille, joihin etenkin nuoret kokoontuvat viettämään aikaa yhdessä. Verkostosivustot menevät kauppakeskuksia pidemmälle esimerkiksi vertaismarkkinoinnissa, joka on saanut niillä kekseliään tehokkaita muotoja. Verkon kriittisen poliittisen taloustieteen näkökulmasta näiden (puoli)julkisten tilojen varsinainen erityisyys on kuitenkin siinä, että osana niissä tapahtuvaa ajanviettoaan ja muiden kanssa viihtymistään ihmiset tekevät omakohtaisista ja usein intiimeistäkin aineksista rahanarvoisia puolivalmisteita. Profiilisivujen tiedot, käyttäjien lisäämät erilaiset sisällöt ja materiaalit, heidän kaveriverkostonsa ja keskustelut kavereiden kanssa, kommentit näiden sivuille ja niin edelleen ovat arvokasta raaka-ainetta, jota tilan haltija voi jatkojalostaa, myydä tuotteet taloudellisella voitolla eteenpäin ja myös vaatia niihin yksipuolisesti omistusoikeutta.

Scharmenin kriittinen kanta tekee yhtäältä näkyväksi, että verkostosivustojen luonne tilana hahmottuu erilaiseksi riippuen tutkijan teoreettisista ja poliittisista lähtökohdista. Toisaalta se nostaa esiin, että kyseiset tilat ovat erilaisia eri toimijaryhmille. Tarkasteltaessa verkostosivustojen teknologisesti välittyntä sosiaalisuutta onkin, kuten Zeynep Tufekci (2008, 21) huomauttaa, pantava merkkille, että kaupallisten ja hallinnollisten toimijoiden pyyteet eroavat perustavasti käyttäjien intresseistä. Ensin mainittujen kiinnostus on pitkälti välineellistä liittyen voiton tavoittelun, tiedon hallinnan ja tietoturvan lisäämisen tyyppisiin pyrkimyksiin. Jälkimmäisten intressit taas ovat ennen muuta ilmaisullisia ja kiinnittyvät sosiaaliin motiiveihin kuten muille näkymiseen ja muiden kanssa viestimiseen (ks. myös Grimmelman 2009, 1151). Käyttäjien tapauksessa verkostosivustoilla olemisessa onkin Tufekcin (mt.) mielestä etualalla kysymys oman identiteetin esiin tuomisesta ja sen osana vaikutelmien hallinnasta: mitä haluan näyttää ja kenelle, kuka minut voi nähdä, kuka minua katsoo? Osapuolten intressierojen lisäksi on tärkeää pitää mielessä intressien toisistaan poikkeava sosiokulttuurinen painoarvo ja erityisesti käyttäjien huomattavan vähäiset mahdollisuudet vaikuttaa oman toimintansa tilallis-rakenteellisten ehtojen tuottamiseen. Nimimerkki Erican

kommentti danah boydin Facebookin yksityisyysslinjauksia koskevaan blogikirjoitukseen (boyd 2010) kiteyttää valta-asetelman epätasapainoisuuden rivikäyttäjän näkökulmasta: ”Facebook OTTAA asiakkaansa huomioon. Valitettavasti ME emme ole sen asiakkaita. Olemme sen tuote”.<sup>14</sup>

Lähestyn tässä tutkimuksessa Facebookin luonnetta viestinnän, vuorovaikutuksen ja toiminnan paikkana nimenomaisesti sivuston käyttäjien suunnasta. Kun kuitenkin otetaan huomioon tilan sosiokulttuurinen itsensänselvyys, lähtökohtana ei voi olla oletus, että Facebookin tilaluonne ja sen erityisyys piirtyvät esiin vastauksena käyttäjille esitettyyn suoraan kysymykseen siitä, ’millainen tila Facebook sinusta on’.<sup>15</sup> Sitä vastoin haen otetta Facebookin luonteesta sosiaalisena tilana epäsuorasti eli kohdentamalla käyttäjien kertoman pohjalta huomion alustalla syntyviin viestinnällisiin tilanteisiin sekä niissä ilmeneviin yleisönä toimimisen ja esiintymisen tapoihin. Facebookin tilassa syntyviä tilanteita puolestaan hahmottelen mielessäni kysymys ’miten Facebookissa ollaan ja millaista siellä muiden kanssa oleminen on?’.

Facebookin käyttäjien mielipiteiden ja kokemusten tarkasteluani sävyttävät edellä viittoillut, osin hyvinkin kriittiset kannat, joita sosiaalisista verkostosivustoista yleisemmin ja Facebookista erityisesti on tähänastisessa tutkimuksessa esitetty. Verkkotilojen ja tilanteisen niissä toimimisen vastavuoroisuutta koskevat teoretisoinnit tarjoavat tulkinnallista taustaa, jota vasten en pyri käsittämään vain, miten Facebook toimii uudenlaisia sosiaalisia tilanteita tuottavana yhteydenpidon, kanssakäymisen, esiintymisen ja yleisöyden tilana. Puntaroitavaksi asettuu myös kysymys ihmisenä – ja ihmisiksi – elämisestä yhä läpikotaisemmin digitalisoituneessa, verkottuneessa ja liikekannalla olevassa maailmassamme.

---

14 Ks. <http://www.zephoria.org/thoughts/archives/2010/05/14/facebook-and-radical-transparency-a-rant.html>.

Vrt. Nielsen Online (2009, 6–7, 13–14) haasteista, joita sosiaalisten verkostosivujen ja nimenomaisesti Facebookin keskinäisviestinnällinen painotus asettaa mainostajille.

15 Huomattakoon, että tutkimuksen osana toteutetuissa ryhmäkeskusteluissa osallistujilta kuitenkin kysyttiin, mihin fyysiseen paikkaan he rinnastaisivat Facebookin – ts. millaisessa ’lihamaailman’ tilassa olemiseen palvelun käyttäminen heistä mahdollisesti rinnastuu.

## Facebook-käyttäjät tässä tutkimuksessa

Kun viitaan jatkossa Facebookin käyttäjiin, puhe on niistä noin 2000 suomalaisesta, jotka vastasivat Tampereen yliopistossa helmi–maaliskuussa 2010 toteutettuun, internetin ja verkon ns. sosiaalisen median – erityisesti Facebookin – käyttöä koskevaan verkkokyselyyn. Kyseessä on vahvasti Facebook-käyttäjistä koostuva vastaajajoukko, sillä kyselyn kaikkiaan 2189 osallistujasta useampi kuin yhdeksän kymmenestä ilmoitti, että hänellä on vastaushetkellä Facebook-tili.

Kyselyyn sisältyi yhteensä 44 kysymystä, joista 20 ensimmäistä oli monivalintakysymyksiä kartoittaen vastaajien ikää, sukupuolta, asuinpaikkaa, koulutusta, perhe/asumismuotoa, tämänhetkistä toimintaa ja harrastuksia. Lisäksi kysyttiin hallussa ja/tai taloudessa olevista medialaitteista sekä tiedusteltiin viestintien käytöstä yleisesti ja internetin käytöstä erityisesti. Oma kysymyksensä koski verkon ns. sosiaalisen median käyttöä.

Loput kyselyn kysymyksistä liittyivät Facebookiin, ja valtaosa myös niistä rakentui monivalintavaihtoehtoille. Sisällöllisesti kysymysten jänne ulottui sivustolla käyntien kestosta ja omien tietojen kertomisesta siihen, miten käyttäjät näkevät yksityisyytensä suojan Facebookissa sekä miten he suhtautuvat palvelun käyttöehtoihin ja sivuston mahdolliseen maksullisuuteen. Lisäksi tiedusteltiin Facebook-kavereiden määrää ja kaveriverkoston koostumusta, alustan eri toiminnallisuuksien käyttöä sekä päivitysten ja postausten useutta.

Facebook-kysymyksistä seitsemän oli avokysymyksiä, joissa vastaajat saivat luonnehtia suhdettaan sivustoon eri kannoilta omin sanoin.<sup>16</sup>

Vastaukset kyselyn avokysymyksiin muodostavat tutkimuksen pääaineiston, jonka tarkasteluun viittaukset Facebookin käyttäjien kokemuksiin tuonempana pohjautuvat. Joissakin monivalintakysymyksistä osallistujia pyydettiin täsmentämään vastaustaan sanallisesti, ja olen hyödyntänyt myös osaa näistä tarkennuksista hahmotellessani Facebookin luonnetta koettuna ympäristönä. Avovastauksia tulkitessani teen paikoin kytkentöjä

---

16 Verkkokysely oli esillä internetissä aikavälillä 22.2.–28.3.2010, ja siitä tiedotettiin eri Facebook-verkostojen lisäksi Tampereen yliopiston viestintäyksikön kautta laajalla jakelulla myös joukkoviestimille. Huomionarvoista on, että perinteiset valtaviestimet eivät juuri noteeranneet lehdistötiedotetta; Facebookin kautta sana kyselystä sitä vastoin levisi erittäin tehokkaasti. Verkkokyselyyn sisältyneet kysymykset liitteessä 2.

monivalintakysymysten esiin nostamaan, mutta käytännössä avovastauksen erittely muodostaa tutkimuksessa oman kokonaisuutensa ja on sellaisena myös luettavissa.

Kyselyn itse valikoituneen osallistujajoukon kantojen ja tuntojen perusteella ei voi tehdä yleistyksiä suomalaisten Facebookin käytöstä tai heidän suhtautumisestaan palveluun keväällä 2010. Tutkimuksen kohdennuksesta ja tavoitteista johtuen tilastollinen edustavuus ei ollut edes lähtökohdana. On silti mahdollista ajatella, että kyselyn huomattava vastausmassa antaa avovastauksista tehdyille tulkinnoille tiettyä määrällistäkin painoarvoa. Samalla aineiston laajuus teki mahdolliseksi suhteuttaa avovastauksista piirtyviä suhtautumistapoja ja kokemuskimppuja toisiinsa myös niiden määrällisen hallitsevuuden kannalta.

Yleisesti voi todeta, että verkkokyselyyn osallistujien joukko on naisvaltaisempi, koulutetumpi ja ikäjakaumaltaan nuorempi kuin tarkasteltaessa internetin ja verkon sosiaalisen median käyttöä koko väestön tasolla. Viime mainittuun epäilemättä liittyy se, että verkon sosiaalisen median asema on tämän tutkimuksen osallistujajoukossa ylimalkaan merkittävämpi kuin mitä se oli kyseisenä ajankohtana kaikkien suomalaisten internetin käytössä.<sup>17</sup>

Tutkimuksessa toteutettiin myös pieni määrä ryhmäkeskusteluja, joista kuhunkin osallistui 3–5 aiemmin verkkokyselyyn vastannutta. Alustavasti kiinnostuksensa ryhmäkeskusteluihin ilmaisi peräti 425 vastaajaa, mutta lopulta kokoon saatiin viisi keskusteluryhmää, joissa oli osallistujia yhteensä 21. Keskusteluista kaksi järjestettiin Helsingissä (3 ja 5 osallistujaa), yksi Turussa (4), yksi Tampereella (5) ja yksi Jyväskylässä (4). Keskustelujen nauhoituksista tehtiin litteroinnit ja kustakin keskustelusta myös teemoittainen purku. Kyselyaineiston laajuuden vuoksi ryhmäkeskusteluja ei kuitenkaan ollut mahdollista sisällyttää erittelyyn, ja ne jäävät tuonnetun tutkimuksen ruodittaviksi.

Ennen avovastauksiin paneutumista silmään seuraavassa osiossa (osio II) verkkokyselyn monivalintakysymysten pohjalta hieman lähemmin tutkimukseen osallistuneiden joukkoa ja kartoitan heidän mediamaiseensa. Kuvailen vastaajien taustoja ja heidän medialaitteiden, perinteisten viestinten, internetin ja verkon sosiaalisen median käyttöään

---

17 Ks. esim. SVT (2010); Kohvakka (2010).

sekä hahmottelen yleispiirteisesti Facebook-käyttäjien toimeliaisuutta alustalla samoin kuin heidän verkostojaan siellä. Monivalintavastaukset valottavat lisäksi, mitä tietoja käyttäjät antavat palvelussa itsestään, miten he suhtautuvat omaan henkilöönsä liittyvän aineiston mahdolliseen välittymiseen sivuston ulkopuolisille, ovatko he tehneet muutoksia omiin yksityisyyasetuksiinsa sivustolla ja kuinka hyvin he tuntevat palvelun käyttöehdot.

Tutkimuksen seuraavissa osioissa siirryn tutkailemaan kyselyn avovastauksia tulkitsevalla otteella, jota pohjustaa vastauskokonaisuuksissa esiin nousevien piirteiden määrällisten suhteiden tarkastelu. En kiinnitä tulkintojani sosiodemografisesti määrittymiin vastaajaryhmiin, vaan luotaan käyttäjien kokemuksiin, havaintoja ja mielipiteitä viestinnästä ja vuorovaikutuksesta sivustolla tunnistuen ja vertaillen vastauksista piirtyvien suhtautumistapojen yhtäläisyyksiä ja eroja. Tällä tavoin luonnostelen osio osiolta ja luku luvulta täydentyvää kuvaa (yhteis)elämästä Facebookin tilassa.

Osiossa III hahmottelen, miksi Facebookiin on menty, miten siellä viestitään ja millaiseksi muiden kanssa siellä oleminen – hyvässä ja pahassa – koetaan sekä millaisia toimijarooleja sivustolla oltaessa omaksutaan. Esiin nousee myös, kuinka Facebookin luonne samalla kertaa yhteydenpidon ja muille näkymisen paikkana kietoutuu käyttäjien kokemuksiin yksityisen ja julkisen rajoista sekä esiintyjänä ja yleisönä toimimisesta sivustolla.

Osiossa IV hyvän statuspäivityksen määrittelyt ja oman profiilikuvan luonnehdinnat sekä käyttäjien perustelut kuvan valinnalle tarjoavat mahdollisuuden eritellä Facebookia lähemmin julkisen viestinnän tilana, jossa asetutaan vaihdellen esiintyjäksi ja yleisöksi ja liikutaan eri tavoin näiden positioiden välillä.

Osiossa V valotan käyttäjien mielikuvaa Facebookista palveluntarjoajana ja omistajana tarkastelemalla sivustoon kohdistuvia muutostoiveita, yksityisasetuksiin tehtyjen muutosten kuvailuja sekä käyttöehtoja koskevia kantoja. Vastauksia pidemmälle tulkiten arvioin Facebook-käyttäjien suhdetta ja suhtautumista sivuston tilallis-rakenteellisiin ehtoihin ja niiden käyttäjille tarjoamiin toimintamahdollisuuksiin.

Avovastauksen kurkistusluukut raottavat toisiaan täydentäviä näkymiä suomalaiskäyttäjien Facebook-elämään, mutta niistä ei sukeudu tutki-

muksen päätteeksi eheää ja tyhjentävää yhteenvetoa. Päinvastoin, palapelikuvio liikkeessä olevasta ja alati muokkautuvasta kohteesta jää pakosta aukkoiseksi ja vaille sulkeumaa. Tarkastelun kuluessa saattaa silti piirtyä näkyviin jotakin siitä sosiaalisesta dynamiikasta, joka jäsentää esillä, yhdessä ja yleisönä olemisen pintakuohuja 2010-luvun globaalissa verkkotilassa nimeltä Facebook.

## II Verkkokyselyyn osallistujat mediamaisemissaan

### Monivalintakysymyksillä kartoitettua

Tutkimuksen verkkokyselyn<sup>18</sup> ensimmäiset kysymykset (k1–k12) kartoittivat sukupuolen, iän, koulutuksen ja muiden tavanomaisten sosiodemografisten seikkojen lisäksi taloudessa olevia medialaitteita ja netti-liittymää. Lisäksi kysyttiin, miten usein vastaajat käyttävät eri medioita. Internet listattiin tässä yhteydessä omaksi mediakseen kirjan, sanomalehden, iltapäivälehden, television, radion, musiikkitalenteiden ja teatterielokuvan rinnalla.

Internetin käyttöä selvitettiin kyselyssä muita medioita yksityiskohtaisemmin. Vastaajia pyydettiin aluksi kertomaan, onko heidän netin parissa käyttämänsä aika viimeisen parin vuoden aikana 'lisääntynyt huomattavasti', 'lisääntynyt jonkin verran', 'pysynyt ennallaan', 'vähentynyt jonkin verran' tai 'vähentynyt huomattavasti'. Lisäksi tiedusteltiin, ovatko tavat käyttää internetiä muuttuneet (k15, k16). Jälkimmäiseen kysymykseen myönteisesti vastanneita pyydettiin tarkentamaan avovastauskenttään sanallisesti, millä tavalla heidän internetin käyttönsä on muuttunut ja mistä muutos oletettavasti johtuu.<sup>19</sup>

Oma monivalintakysymyksensä koski lähemmin internetin käyttötapoja ja niiden useutta (k14). Käyttötavoista tarjottiin yli 40 vaihtoehtoa, minkä lisäksi vastaajat saivat halutessaan tuoda avovastauskentässä esiin muita tapojaan käyttää internetiä. Vaihtoehtojen jänne ulottui erilaisten viranomais- ja kaupallisten palvelujen, sovellusten ja tietovarantojen käytöstä monenlaiseen viestintään ja vuorovaikutukseen osallistumiseen sekä

---

18 Kysymysrunko kokonaisuudessaan liitteessä 2.

19 Huomattakoon, että internetin käytön osalta vastaajilta kysyttiin myös, millä laitteilla he käyttävät nettiä eri paikoissa (k13). Vastaukset valottavat yhtä kiinnostavaa ulottuvuutta verkkoympäristöjen ja fyysisen tilan suhteessa, mutta niiden tarkastelu on rajattu kohdennussyistä tämän tutkimuksen ulkopuolelle. Tarkasteluun ei sisälly myöskään vastaava kysymys Facebookin käytöstä eri laitteilla ja eri paikoissa (k25).

sisältöjen tuottamiseen, aktivismiin ja toimintaan ohjelmien tai sovellusten kehittämisessä ja tekemisessä. Käytön useudessa valintavaihtoehtoina olivat '2–3 kertaa päivässä', 'kerran päivässä', '2–3 kertaa viikossa', 'kerran viikossa', '2–3 kertaa kuukaudessa', 'kerran kuukaudessa tai harvemmin' ja 'en koskaan'.

Verkon sosiaalisen median palvelujen käyttöä ja käytön useutta koskevassa kysymyksessä (k17) nimettiin vaihtoehtoiksi Facebookin lisäksi MySpace, Bebo, Orkut, IRC-galleria, Twitter, LinkedIn, Second Life, Flickr, YouTube, Wikipedia ja blogit. Vaihtoehtona oli myös 'jotakin muuta', jonka valinneet saivat täsmentää käyttämänsä muut palvelut avovastauskenttään. Käytön useuden vaihtoehdot olivat samat kuin kysymyksessä 14.

Ensimmäinen kyselyn Facebook-osioon siirtävä kysymys koski sitä, onko vastaajalla yksi vai useampi Facebook-tili vai ei tiliä lainkaan (k18). Lisäksi niiltä, jotka vastasivat, että Facebook-tiliä ei ole, tiedusteltiin, voisivatko he ajatella liittyvänsä palveluun (k19); valittu vastausvaihtoehto – 'en ikinä', 'ehkä jonain päivänä', 'harkitsen parhaillaan asiaa' – pyydettiin perustelemaan sanallisesti avokentässä. Kyselyn viimeinen yleinen kysymys (k20) koski läheisten ihmisten oloa Facebookissa: vastaajia pyydettiin kertomaan onko heidän lähipiiristään siellä 'ei yksikään', 'erittäin harva', 'muutama', 'melko iso osa', 'suurin osa' vai 'kaikki'.

Facebookiin kohdentuneissa monivalintakysymyksissä tiedusteltiin aluksi palveluun liittymisen ajankohtaa; erillisistä riippuvalikoista vastaajat saivat valita liittymisvuoden ja -kuukauden (k21). Vastaajien Facebookiin käyttämästä ajasta haettiin selkoa kysymällä (k26) tavanomaisen palvelussa käynnin kestoa; yksittäisen käyttökerran vaihtoehtoiksi annettiin: '1–5 minuuttia', '10–20 minuuttia', '30–60 minuuttia', '1–2 tuntia' ja 'yli 2 tuntia'. Yhtenä vastausvaihtoehtona oli, että 'Facebook on lähes koko ajan auki, käytän aina välillä eri mittaisia aikoja'.

Toimeliaisuutta Facebookin tilassa puolestaan kartoitettiin tiedustelemalla, mitä sivuston yksittäisiä toimintoja vastaajat käyttävät ja kuinka usein (k27). Valittavana oli 45 Facebookin käyttäjilleen tarjoamaa toiminnallisuutta, minkä lisäksi vaihtoehtona oli myös 'muuta'. Käytön useudesta saattoi valita vaihtoehdot: 'usein', 'joskus', 'harvoin', 'en koskaan'. Aktiivisuutta alustalla selvitettiin myös kysymällä tehtyjen statuspäivitysten/postausten määrää kuluneen seitsemän vuorokauden aikana (k36). Tässä oli tarjolla useita vastausvaihtoehtoja jännteellä nollasta yli 40:ään.



Facebook-verkoston osalta tiedusteltiin kavereiden määrää, jonka vastaaja sai joko merkitä tarkkana lukuna tai valita riippuvalikosta arvionsa (k29). Lisäksi kysyttiin, keitä tämänhetkiset kaverit ovat (k30). Tässä annettiin valittavaksi 14 vaihtoehtoa, minkä lisäksi vaihtoehtona oli kohta ' muita', jonka saattoi täsmentää sanallisesti avokenttään. Kavereista kysyttiin myös, kuinka suuri osa heistä asuu eri paikkakunnalla (k31) ja eri maassa (k32) kuin vastaaja itse. Vaihtoehtoina olivat 'ei yksikään', 'muutama', 'aika moni', 'noin puolet', 'suurin osa', 'kaikki' ja 'en tiedä'.

Facebookin käyttöä luodattiin edelleen kysymällä, millä nimellä vastaajat ovat palvelussa: etunimellään, sukunimellään, etu- ja sukunimellä, lempinimellä vai keksityllä nimellä (k33). Lisäksi tiedusteltiin, mitä tietoja Facebookissa itsestä kertoo (k35). Vaihtoehtoisiksi tarjottiin 30 palvelun nimeämää tietokategoriaa ulottuen yksityiskohtaisista henkilötiedoista (mm. sukupuoli, syntymäaika, asuinkaupunki, parisuhdestatus, osoite, puhelinnumero) oppilaitokseen, poliittiseen kantaan ja mieltymysten ja kiinnostuksen kohteisiin.

Monivalintakysymyksillä selvitettiin myös vastaajien suhtautumista omien Facebook-tietojen näkymiseen tuntemattomille sekä pyrkimyksiä vaikuttaa omaan näkyvyyteen. Tähän liittyen kysyttiin, ovatko vastaajat selvillä mitä vieraat ihmiset tietävät heistä Facebook-profiilin perusteella (k39) ja onko heille merkitystä, jos tuntemattomat saavat heistä tietoonsa henkilökohtaisia asioita Facebookin kautta (k40). Edelleen tiedusteltiin, kuinka todennäköisenä vastaajat pitävät, että heidän Facebookiin itsestään laittamiaan materiaaleja löytyy internetistä, vaikka he lopettaisivat tilinsä sivustolla (k41). Vastausvaihtoehtoina olivat 'erittäin epätodennäköisesti', 'jos näkee erityistä vaivaa', 'ehkä sattumalta', 'todennäköisesti' ja 'aivan varmasti'. Henkilökohtaisten tietojen näkymiseen liittyi myös kysymys siitä, onko omiin yksityisyysasetuksiin Facebookissa tehty muutoksia (k38). Muutoksia tehneitä pyydettiin kertomaan avokentässä sanallisesti, millaiset heidän yksityisyysasetuksensa vastaushetkellä ovat.

Suhtautumiseen Facebookiin palvelun tarjoajana puolestaan haettiin valaisua tiedustelemalla, tuntevatko vastaajat Facebookin käyttöehdot mielestään 'hyvin', 'jossain määrin', 'heikosti', 'en lainkaan' (k42). Kysymystä seurasi avokysymys, jossa vastaajia pyydettiin kertomaan, mitä mieltä he ovat sivuston käyttöehdoista (k43).

Kyselyn viimeinen monivalintakysymys koski suhtautumista Facebookin maksullisuuteen (44) Niitä, jotka suhtautuivat siihen myönteisesti, pyydettiin kertomaan montako euroa kuukaudessa he olisivat valmiita maksamaan sivuston käytöstä.

Monivalintavastausten tarkastelussa käytettiin samaa Tampereen yliopiston käytössä olevaa Eduix e-lomake 3.1 -verkkolomakeohjelmaa, jolla myös kyselylomake toteutettiin.<sup>20</sup> Kyselyssä ei ollut pakotettuja vastauskenttiä, ja tämä toi vastausten määrään jonkin verran kysymyksittäistä vaihtelua. Mielenkiintoista on, että joihinkin Facebookiin kohdentuneisiin kysymyksiin vastasi osa niistäkin osallistujista, joilla ei ole palvelussa tiliä. Esimerkiksi Facebook-toimintojen käyttöä koskevassa kysymyksessä (k27) yksittäisiin toimintoihin kohdistuneiden valintojen määrä on huomattavan usein suurempi kuin Facebook-tilin omaavien määrä. Vastaavasti verkon sosiaalisen median palvelujen käyttöä koskevaan kysymykseen (k17) on Facebookin käyttöä koskien vastannut yhteensä 2179 verkkokyselyyn osallistujaa, joista 138 ilmoittaa, että ei käytä sivustoa koskaan. Kuitenkin kysymykseen 'onko sinulla Facebook-tili' (k18) vastasi kieltävästi selvästi useampi, 175 osallistujaa.<sup>21</sup> Yksi tulkintamahdollisuus on, että Facebookiin rekisteröityneiden julkisten tietojen selailu mielletään sivuston käytöksi ja sen koetaan täyttävän Facebook-käyttäjän määritelmä, vaikka henkilöllä itsellään ei olisikaan palvelussa tiliä. Koska tilillisten Facebookin käyttäjien määrä ei ole yksiselitteisesti tiedossa, myös sivuston käyttöä koskevissa kysymyksissä vastausten prosenttiosuudet on laskettu suhteessa kyselyyn vastanneiden määrään.

Kysymyslomakkeessa käytön useutta kuvanneet vaihtoehdot '2–3 kertaa päivässä' ja 'kerran päivässä' on vastauksia tarkasteltaessa yhdistetty

---

20 [www.e-lomake.fi](http://www.e-lomake.fi). Monivalintavastausten käsittelystä ja alustavan raportin kirjoittamisesta sen pohjalta vastasi tutkimusassistentti Minna Vigren.

21 Verkkolomakkeessa oli kysymyksen 20 jälkeen huomautus: "Jos et ole Facebookin käyttäjä, voit jättää vastaamatta kysymyksiin 21–44 ja siirtyä kyselyn loppuun". Ehdollisuudessaan muotoilu antaa ymmärtää, että muutkin kuin Facebookiin liittyneet voivat halutessaan vastata kyselyn loppupään kysymyksiin. Lisäksi esimerkiksi Facebookin käyttöehtoja ja palvelun maksullisuutta koskevat kysymykset (k42, k44) oli muotoiltu tavalla, joka teki niihin vastaamisen relevantiksi myös Facebook-tilittömille. Avovastausten osalta taas Facebookin hyviä ja huonoja puolia koskeneet kysymykset 23 ja 24 saattoi halutessaan tulkita kutsuksi arvioida sivustoa myös palveluun rekisteröitymättömän tai palvelussa edes käymättömän internet-käyttäjän näkökulmasta.

päivittäiseksi käytöksi. Vastaavasti vaihtoehdot '2–3 kertaa viikossa' ja 'kerran viikossa' on yhdistetty viikoittaiseksi käytöksi sekä '2–3 kertaa kuukaudessa' ja kerran kuukaudessa tai harvemmin' kuukausittaiseksi tai tätä harvemmaksi käytöksi.

## Vastaajajoukon luonnehdintaa

Verkkokyselyyn osallistuneiden joukkoa voi luonnehtia hieman tarkemmin toteamalla alkajaisiksi, että 2189 vastaajasta useampi kuin kaksi kolmesta (70,5 %) on naisia<sup>22</sup>, ja neljä viidestä (80,3 %) sijoittuu kahden- ja neljäkymmenen ikävuoden välille. Ikäjakauman osalta vastaajajoukossa ovat erityisen runsaslukuisesti edustettuina 1980-luvulla syntyneet, joita on vastaajista selvästi yli puolet (58,9 %); 1970-lukulaisia on joukossa vähän yli viidennes (21,4 %). Ikähaitarin vanhimpaan ja nuorimpaan päähän sijoittuu selvästi pienempi osa vastaajista. Vain kymmenkunta vastaajaa (0,6 %) on syntynyt 1940-luvulla, 1950-luvulla syntyneitä on 4,3 %, ja 1960-luvulla syntyneitä vastaajia on joukossa 9 %. Vastaajista runsaat sata (5,9 %) on syntynyt 1990-luvulla. Noin joka kymmenes (10,7 %) kyselyyn osallistuneista ei kertonut syntymävuottaan. Vastaajista lähes puolet oli avo- tai avioliitossa (48,5 %); runsas neljäsosa asui yksin (29,7 %), ja soluasunnossa tai kimppekämpässä ilmoitti asuvansa 13,4 %.

Enemmistö eli useampi kuin neljä viidestä (83,3 %) kyselyyn vastanneesta asui eteläisessä ja läntisessä Suomessa. Pääkaupunkiseudulla heistä asui 38 % ja muualla Etelä-Suomen läänissä 10,2 %; Länsi-Suomen läänin alueella vastaajista asui runsas kolmannes (35,1 %). Itä-Suomessa asuvia oli vastaajista 5,9 %, Oulun läänissä asuvia 4 % ja Lapin läänissä asuvia 4,2 %. Vastaajista 2,7 % ilmoitti asuinpaikakseen 'ulkomaat'.

Vastaajajoukko on huomattavan korkeasti koulutettua, sillä runsaalla puolella (58 %) oli yliopisto-opintoja. Yliopistotutkinnon oli suorittanut vastaajista lähes joka kolmas (31,3 %) ja osan yliopistotutkintoa useampi kuin joka neljäs (26,7 %). Ammattikorkeakoulututkinto oli vastaajista lähes joka kymmenennellä (9,8 %). Ylioppilastutkinnon suorittaneita on joukossa 14,9 %, ammattikoulu- tai opistotason koulutus löytyy 6,5 %:lta,

---

22 Miehiä oli vastaajajoukossa 625 (28,9%), ja vastaajista 14 (0,7 %) ilmoitti sukupuolekseen 'muu'. Parikymmentä osallistujaa jätti vastaamatta sukupuolta koskeneeseen kysymykseen.

ja peruskoulutusta on 3,1 %:lla vastaajista. Osan lukio-opinnoista oli suorittanut 4,8 %. Vertailun vuoksi Tilastokeskuksen suomalaisten koulutusrakennetta tarkasteleva tilasto vuodelta 2008 kertoo, että koko väestöstä korkeamman asteen koulutus oli 29,6 %:lla ja keskiasteen koulutus 36,2 %:lla. Perusasteen jälkeistä tutkintoa ei ollut suorittanut 34,2 % suomalaisista.<sup>23</sup>

Useampi kuin joka kolmas (36,1 %) vastaaja kävi kyselyn aikana koulua tai opiskeli. Lähes joka kolmas (32,2 %) oli kokopäivätyössä. Vastaajista noin joka viides (19,3 %) sekä opiskeli että kävi töissä. Työttömänä oli 2,9 % ja äitiys- tai vanhempainvapaalla 2,2 % vastaajista. Varusmies- tai siviilipalveluksessa oli vastaajista kaksi (0,1 %). 'Muuta' ilmoitti tekevänsä 4,2 %. Tähän ryhmään lukeutuu muun muassa eläkeläisiä, tutkijoita, yrittäjiä ja sairauslomalaisia.

Suurin osa vastaajista mainitsi harrastavansa jotakin, ja vain harvalla (1 %) ei ollut harrastuksia lainkaan. Tavallisimpia harrastuksia olivat lukeminen (66,8 % vastaajista), liikunta (64,7 %), musiikin kuuntelu (62,6 %) ja elokuvat (52,3 %). Tietokonepelejä harrasti vastaajista 18,8 %, tietokoneita 17,9 % ja kansalaisaktivismia 12,6 %.

## Vastaajien medialaitteet ja eri medioiden käyttö

Matkapuhelin on kyselyyn osallistujien selvästi tavallisin viestintä- ja mediateknologinen laite, sillä sitä käytti lähes jokainen (99,1 %). Toiseksi yleisin mediaalaitte vastaajien joukossa on kannettava tietokone, jollainen oli 89,3 %:lla vastaajista. Lähes yhtä monella eli 88,6 %:lla oli hallussaan tai käytössään digitaalinen kamera. Näiden kolmen lisäksi erittäin monilla vastaajista oli cd-soitin ja perinteisistä, paikkaan sidotuista medialaitteista radio ja televisio; niistä kukin oli vastaajista useammalla kuin neljällä viidestä. Yleisiä ovat myös mp3-soitin ja dvd-soitin, joista ensin mainittu oli runsaalla ja jälkimmäinen vajaalla kolmella neljänneksellä (77,5 % ja 72,1 %) vastaajista. (Ks. taulukko 1 liitteessä 3.)<sup>24</sup>

---

23 [www.stat.fi/til/vkour\\_2008\\_2009-12-4\\_ti\\_001.html](http://www.stat.fi/til/vkour_2008_2009-12-4_ti_001.html)

24 Monivalintavastausten tarkastelua tiivistävät taulukot on koottu tutkimuksen loppuun erilliseksi liitteeksi.

Web-kamera oli käytössään yli puolella (57,1 %) vastaajista, hiukan yli puolelta (51,5 %) löytyi pöytätietokone, ja kasettisoitin oli hallussaan lähes joka toisella vastaajalla (49,2 %).

Pelikonsoli oli vastaajista lähes kahdella viidestä (38,8 %) ja vhs-videot useammalla kuin joka kolmannella (35,3 %). Levysoittimen ja filmikameran ilmoitti omistavansa noin joka neljäs; ensin mainittu löytyi 26,7 %:lta ja viime mainittu 25,1 %:lta vastaajista. Kotiteatterin oli hankkinut vastaajista noin joka viides (21 %).

Digivideokamera löytyi vastaajista 14,6 %:lta ja videokamera 8,0 %:lta. Lankapuhelimen haltijoita vastaajajoukossa on 8,2 %.

Muita medialaitteita mainitsi omistavansa 6,3 % vastaajista. Niistä yleisimmin nimettiin digiboksi, blu-ray-soitin ja videotykki. Yksittäisiä mainintoja saivat lisäksi erilaiset nauhurit, sanelimet, navigaattorit ja karaokelaitteet.

Medioiden käyttöä hallitsee vastaajajoukossa ylivoimaisesti internet, sillä 99,4 % vastaajista sanoi käyttävänsä internetiä vähintään kerran päivässä (ks. taulukko 2 liitteessä 3).<sup>25</sup> Lähes jokaisella oli käytössään myös jokin nettiliittymä; vain 0,4 % vastaajista ilmoitti, että liittymää ei ole.

Perinteisistä joukkoviestimistä television katselu on vastaajajoukossa sängen yleistä, sillä sitä kertoi katsovansa vähintään kerran päivässä kaksi kolmesta vastaajasta (66,9 %). Viikoittain televisiota katseli vastaajista 15,7 %, ja kuukausittain tai harvemmin televisiota katsovia on joukossa 13,2 %. Televisiota ei katsonut koskaan 3,5 % vastaajista.

Sanomalehteä luki päivittäin runsas puolet (53,4 %) vastaajista. Viikoittain lehteä lukevien osuus on vajaa kolmannes (30,3 %), ja kuukausittain tai harvemmin lukevia on vastaajajoukossa 14,2 %. Lehteä ei lukenut koskaan 1,6 % vastaajista. Iltapäivälehtien lukeminen oli selvästi sanomalehden lukemista vähäisempää. Päivittäin iltapäivälehtiä ilmoitti lukevansa vastaajista 13,2 %, viikoittain niitä luki noin viidennes (20,9 %), ja kuukausittain tai harvemmin noin puolet (50,7 %). Ei koskaan iltapäivälehtiä lukevien osuus on yhtä suuri kuin niitä päivittäin lukevien: vastaajista 13,1 % ilmoitti, että ei lue iltapäivälehtiä lainkaan.

Radiota kuunteli päivittäin noin kaksi viidestä vastaajasta (41,2 %). Viikoittain radiota kuuntelevien osuus vastaajista on vajaa kolmannes

---

25 Vrt. Tilastokeskuksen Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö -tutkimus (SVT 2010; Kohvakka 2010).

(30,1 %), ja kuukausittain tai harvemmin kuuntelevia on joukossa vajaa neljäsosa (23,4 %). Radiota ei kuunnellut koskaan 4,1 % vastaajista.

Musiikkitalienteiden käyttö on vastaajajoukossa selvästi tavallisempaa kuin radion kuuntelu: tallenteita sanoi kuuntelevansa päivittäin selvästi yli puolet (56,7 %), ja viikoittain niitä kuunteli 27,9 % vastaajista. Kuukausittain tai harvemmin tallenteilta kertoi kuuntelevansa musiikkia 12,8 % ja ei koskaan 1 % vastaajista.

Kirjoja luki päivittäin vastaajista alle puolet (46,5 %) ja viikoittain harvempi kuin joka kolmas (31,4 %). Enintään kuukausittain kirjaan tarttui noin joka viides (19,6 %), ja vastaajista 1,4 % ei lukenut kirjoja koskaan.

Seitsemän kahdeksasta vastaajasta (87,3 %) kävi elokuvissa kuukausittain tai harvemmin. Noin kuudella prosentilla (6,4 %) elokuvateatterissa käyminen oli viikoittaista, ja päivittäin elokuvissa ilmoitti käyvänsä 0,7 % vastaajista. Elokuvissa ei käynyt koskaan 3,8 % vastaajista.

## Vastaajien internetin käyttö

Iso osa verkkokyselyyn vastanneista oli havainnut internetin käytön viedän yhä enemmän aikaa. Useampi kuin joka neljäs (27,6 %) arvioi ajankäyttönsä lisääntyneen huomattavasti viimeisten kahden vuoden aikana; jonkin verran käyttö oli lisääntynyt lähes kahdella viidestä (38,8 %). Ennallaan ajankäyttönsä arvioi pysyneen 29,3 % vastaajista. Netissä käyttämänsä ajan arvioi vähentyneen jonkin verran 2,7 % vastaajista, ja 1 %:lla se oli vähentynyt huomattavasti. Hieman useampi kuin kolme viidestä vastaajasta (61,3 %) koki lisäksi, että omat tavat käyttää internetiä ovat viime vuosina muuttuneet. Vastauksia sanallisesti täsmennettäessä pääasiallisiksi syiksi netin käyttötapojen muuttumiseen mainittiin Facebook ja muu verkon sosiaalinen media, opiskelu ja työt sekä perinteisten viestintien ainin seuraaminen internetin välityksellä.

Internetiä käytetään vastaajajoukossa eniten sähköpostin lukemiseen, hakukonehakuun ja yhteisö sivustoilla vierailemiseen. Yleisin käyttötapa oli sähköposti, jonka päivittäisiä käyttäjiä oli vastaajista valtaosa (95,7 %). Hakukoneita käytti joka päivä noin seitsemän kahdeksasta vastaajasta (87,8 %), ja tätä vain hieman pienempi (86,5 %) oli päivittäin yhteisö sivustoilla vierailevien osuus. (Ks. taulukko 3 liitteessä 3.)<sup>26</sup>

26 Vrt. Tilastokeskuksen väestötasoinen tutkimus, jonka mukaan keväällä 2010 77 % suomalaisista käytti sähköpostia, ja useampi kuin joka kolmas käytti

Merkittäviä internetin päivittäisen käytön tapoja vastaajajoukossa ovat myös verkkolehtien lukeminen ja mediasivustojen seuraaminen. Kaksi kolmesta vastaajasta (67 %) luki päivittäin verkosta kotimaisia verkkolehtiä. Muilla kotimaisilla mediasivustoilla sanoi vierailevansa joka päivä noin kaksi viidestä vastaajasta (39,7 %). Vastaavilla ulkomaisilla sivustoilla oli käyttäjiä selvästi vähemmän: vajaa viidennes (18,6 %) vastaajista luki päivittäin ulkomaisia verkkolehtiä, ja noin joka kymmenes (10,2 %) vieraili päivittäin muilla ulkomaisilla mediasivustoilla. Vaihtoehtomedian sivustojen tiivis seuraaminen on vastaajajoukossa harvinaista: niillä kävi joka päivä vastaajista 5 %, kun lähes kolme viidestä (59,3 %) kertoi, että ei käy vaihtoehtomedian sivuilla koskaan.

Internetin erilaisia tietovarantoja käytetään vastaajajoukossa sangen runsaasti. Niitä ilmoitti käyttävänsä päivittäin selvästi yli puolet (57,5 %) vastaajista. Opiskelun apuna nettiä käytti joka päivä vastaajista vajaa puolet (46,7 %).

Keskusteleminen tai keskustelujen seuraaminen netissä on vastaajajoukossa melko yleistä, sillä esimerkiksi päivittäisiä chatin käyttäjiä oli vastaajista lähes joka kolmas (32,5 %). Lisäksi vajaa kolmasosa (30,3 %) vastaajista sanoi lukevansa päivittäin verkon keskustelupalstoja. Suurin osa käy lukemassa niitä ainakin joskus, sillä vain 3,9 % vastasi, että ei lue keskustelupalstoja lainkaan. Keskusteluihin osallistuminen sitä vastoin ei ollut

---

sitä päivittäin; pankkiasioita oli hoitanut netin kautta päivittäin 76 %, uutisia tv-kanavien tai verkkolehtien nettisivuilta etsinyt 74 % ja palveluista ja tavaroista etsinyt tietoa 49 %. Johonkin yhteisöpalveluun rekisteröityneitä oli 42 %, ja kaikissa ikäryhmissä naiset olivat hieman yleisemmin yhteisöpalvelujen jäseniä ja käyttivät niitä useammin kuin miehet. (SVT 2010; Kohvakka 2010.)

Vrt. myös Kansallisen Mediatutkimuksen (KMT) kirjekyselynä toteuttama tutkimus, jossa suomalaisten internetin käyttöä selvitettiin osana tuotteiden ja palvelujen ostamista ja muuta kulutuskäyttäytymistä keväällä 2010. Selvityksen mukaan yleisimpiä internetin käyttötapoja olivat sähköposti (90 % käyttäjistä), pankkipalvelut (82 %), tietojen haku (72 %) uutisten lukeminen (69 %), tuote- ja hintatietojen haku (55 %), yhteisöpalveluissa käynti (43 %), verkossa ostaminen (39 %), keskustelupalstojen seuraaminen (34 %) sekä asunto- ja työpaikkailmoitusten seuraaminen (29 %). KMT:n selvityksessä ilmeni erityisesti verkon sosiaalisen median käytössä suuria ikäryhmien välisiä eroja. Missä esimerkiksi 18–24-vuotiaista 85 prosenttia käytti Facebookin ja Youtuben tyyppisiä yhteisöpalveluja, siinä niitä yli 65-vuotiaista käytti kahdeksan prosenttia. Ks. KMT 26.5. 2010: <http://www.aikakauslehdet.fi/Etusivu/Ajankohtaista/Tiedotteet/2010/Netti-laajentaa-lukukokemusta/>.

ytä yleistä. Vastaajista 43,7 % kertoi kirjoittavansa keskustelupalstoille kuukausittain tai harvemmin, ja 30,4 % ei ollut kirjoittanut niille koskaan. Viikoittain keskusteluun osallistuvia oli vastaajista 14,8 %, ja päivittäin keskusteluihin osallistui heistä joka kymmenes (10,1 %).

Myös musiikin kuuntelu tai lataus sekä valokuvien katselu verkossa ovat vastaajajoukossa sangen tavallista puuhaa. Ensin mainittua ilmoitti tekevänsä päivittäin lähes joka kolmas vastaaja (32,2 %). Valokuvia puolestaan katseli päivittäin vastaajista useampi kuin joka neljäs (27,4 %), ja noin kaksi viidestä (39,7 %) katseli niitä viikoittain. Vain 3,1 % vastasi, että ei katsele kuvia verkossa koskaan. Vastaajista noin puolet (50,1 %) sanoi myös julkaisevansa verkossa kuvia, mutta suurin osa teki niin harvakseltaan: useammalla kuin kahdella viidestä (42,8 %) kuvien julkaisu tiheys oli kuukausittain tai harvemmin. Viikoittain kuvia julkaisevien osuus on 5,9 %, ja päivittäin kuvia julkaisevia on vastaajajoukossa 1,4 %. Hieman alle puolet vastaajista (48,7 %) kertoi, että ei julkaise kuvia koskaan.

Vastaajista noin joka neljäs (24,5 %) ilmoitti lukevansa joka päivä blogeja, ja hieman suurempi määrä (25,5 %) seurasi niitä viikoittain. Kuukausittain tai harvemmin blogeja lukevien osuus vastaajajoukossa on 37,3 %. Blogien kommentointi oli selvästi vähäisempää, sillä vajaa puolet (46,7 %) ei ollut kommentoinut blogeja koskaan, ja kuukausittain tai harvemmin blogeja kommentoi vastaajista runsas kolmannes (36,8 %). Noin joka kymmenes vastaaja (11 %) kommentoi blogeja viikoittain, ja vajaa 4,6 % vastaajista kommentoi blogeja päivittäin. Oman blogin pitäminen oli vieläkin harvinaisempaa, sillä runsaalla kahdella kolmasosalla (68,5 %) vastaajista ei sellaista ollut, ja niistä joilla oli, noin kaksi kolmesta (67,1 %) päivitti blogiaan kuukausittain tai harvemmin. Joka päivä blogia kirjoittavia on koko vastaajajoukossa viitisenkymmentä eli parin prosentin verran, ja blogin haltijoista heidän osuutensa on 7,2 %. Viikoittain blogia kirjoitti 7,9 % vastaajista, ja blogillisista vastaajista heidän osuutensa on noin neljännes (25,7 %).

Myöskään aktiivinen verkkopelien pelaaminen ei ole vastaajien joukossa kovin yleistä, sillä päivittäin ilmaisia pelejä kertoi pelaavansa 12,6 % vastaajista. Vajaa kolmasosa (30,7 %) ei pelannut ilmaispelejä lainkaan, ja kaksi viidestä (40,9 %) pelasi niitä enintään kerran kuussa. Viikoittain ilmaispelejä pelaavien osuus on 14,8 %. Maksullisia verkkopelejä ei pelannut lainkaan vastaajista valtaosa (91 %) ja viitisen prosenttia (5,2 %)



sanoi pelaavansa niitä kuukausittain tai harvemmin. Päivittäin pelaavia on joukossa 1,5 %, ja viikoittain maksullisia pelejä pelaavien osuus on hie-  
man tätä pienempi (1,3 %).

Wiki-sivustojen käyttö on vastaajajoukossa periaatteessa sangen tavallista, sillä niillä kertoi vierailevansa noin seitsemän kahdeksasta vastaajasta (87 %). Päivittäistä käyttöä oli kuitenkin runsaalla viidenneksellä (22,8 %). Noin kaksi viidestä (39,6 %) käytti wiki-sivustoja viikoittain, ja kuukausittain tai harvemmin käyttävien osuus on vajaa neljännes (24,5 %). Wiki-sivustojen tekemiseen sitä vastoin osallistuttiin niukasti; noin kolme neljästä vastaajasta (74,6 %) ei osallistunut niiden tekemiseen koskaan. Noin joka viides vastaaja (19,4 %) ilmoitti osallistuvansa tekemiseen kuukausittain tai harvemmin. Viikoittaista tekemiseen osallistuminen oli 2,8 %:lla ja päivittäistä 1,3 %:lla vastaajista.

Avoimen koodin ohjelmistojen tekemiseen tai kehittämiseen osallistuminen on vastaajien joukossa erittäin harvinaista, sillä sitä ei tehnyt 90,9 % vastaajista. Tällaiseen toimintaan mainitsi osallistuvansa vastaajista 8 %, mutta vain 1,3 % oli mukana kehitystyössä viikoittain tai useammin.

Vastaajien tapoja käyttää internetiä on kiinnostavaa tarkastella akselilla, joka ulottuu yleisönä toimimisesta (sisältöjen seuraaminen ja lataaminen), käyttäjyyden (palvelujen ja sovellusten hyödyntäminen) ja kanssakäymiseen osallistumisen (vuorovaikutus, kommentointi, keskustelut) kautta kierrättämiseen ja tuottamiseen tai tekemiseen (aineistojen jakaminen, tekeminen ja julkaiseminen, verkkoaktivismi, ohjelmien, verkkoalustojen ja -sovellusten tekeminen). Tällöin huomio kiinnittyy siihen, että kaksi ensin mainittua toiminnan muotoa – yleisöys ja käyttäjyys – korostuvat vastaajajoukossa selvästi. Toisaalta myös vuorovaikutukseen osallistumisen muodot ovat toimintana yleisiä. Sitä vastoin tuottamiseen ja tekemiseen liittyvät toiminnot ovat selvästi niukemmin edustettuina. Lisäksi mitä pidemmälle käytön omalähtöisyyden suuntaan mennään, sitä vähäisemmäksi tällaisen toiminnan osuus käy. (Ks. taulukko 4 liitteessä 3.) Tiivistäen voikin todeta, että internetin käyttötavat kyselyn vastaajajoukossa vastaavat koko lailla aiempien selvitysten havaintoja, joiden mukaan yhtä verkkosisältöjen tekijää kohden on yleensä moninkertainen määrä kommentoijia ja näitä kohden taas moninkertainen määrä seuraajia (Li et al 2007; Sirkkunen 2009, 354; myös Kohvakka 2010).

## Verkon sosiaalisen median käyttö

Verkon ns. sosiaalisen median palveluista kyselyssä nousi selvästi suosituimmaksi – ymmärrettävästi jo vastaajajoukon Facebook-tilillisiin painotumisen vuoksi – Facebook. Sitä ilmoitti käyttävänsä joka päivä noin kuusi seitsemästä vastaajasta (85,9 %). Viikoittain palvelua käytti vastaajista 5,8 % ja kuukausittain tai harvemmin 1,6 %. Vastaajista 6,3 % ilmoitti, että ei käytä Facebookia koskaan. (Ks. taulukko 5 liitteessä 3.)

Valtaosalla kaikista kyselyyn vastanneista myös lähipiiri oli Facebookissa. Lähes puolella (48,1 %) läheisistä henkilöistä suurin osa oli jo palvelun käyttäjiä, reilulla kolmanneksella (35,2 %) palvelussa oli lähipiiristä melko iso osa, ja useammalla kuin joka kymmenennellä (11,8 %) siellä oli muutama läheinen ihminen. Kokonaisuudessaan lähipiiri oli Facebookissa parilla prosentilla vastaajista (2,3 %) Erittäin harva läheisistä oli Facebookissa runsaalla prosentilla vastaajista (1,5 %), ja vain kourallinen vastaajia (0,4 %) ilmoitti, että Facebookissa ei ole hänen lähipiiristään kukaan.

Toiseksi suosituin sosiaalisen median sivusto vastaajajoukossa on Wikipedia, jota ilmoitti käyttävänsä päivittäin vajaa kolmannes vastaajista (32,1 %). Viikoittain Wikipediaa käytti vastaajista vajaa puolet (47,3 %). Kuukausittain tai harvemmin käyttäviä on joukossa 17,7 %, ja sivustoa ei käyttänyt koskaan 2,1 % vastaajista.

Vastaajien kolmanneksi eniten käyttämä sosiaalisen median palvelu on YouTube, jolla oli päivittäisiä käyttäjiä 28,9 %, ja viikoittain sivustolla vierailevien osuus on runsas kaksi viidennestä (43,3 %). Kuukausittain tai harvemmin sivustolla kävi vajaa neljännes eli 23,3 % vastaajista, ja sivustoa ei käyttänyt koskaan 3,9 %.

Kyselyn neljänneksi suosituinta palvelua eli blogeja ilmoitti lukevansa päivittäin noin joka neljäs vastaaja (25,1 %). Viikoittain blogeja seurasi 28,4 %. Kuukausittain tai harvemmin blogeja luki vastaajista 30,8 %, ja blogeja ei lukenut ollenkaan 14,3 %.<sup>27</sup>

27 Vastausmäärissä on huomiota kiinnittäviä heittoja verrattuna kysymykseen 14, jossa kysyttiin blogien lukemisesta osana internetin käyttöä. Blogeja päivittäin ja viikoittain lukevien määrä on siitä verkon sosiaalisen median käytön yhteydessä kysyttäessä pienempi ja kuukausittain tai harvemmin lukevien osuus suurempi kuin internetin käyttöä koskevan kysymyksen yhteydessä. Sitä vastoin ei koskaan blogeja lukevien määrä on nyt pienempi kuin mitä se on internetin käyttötapoja kysyttäessä.

Sosiaalisen median sivustojen käyttö osoittautui siis vastaajajoukossa sängen keskittyneeksi, minkä lisäksi muut kansainvälisesti tunnetut palvelut ovat kaiken kaikkiaan niukasti edustettuina – näin etenkin kun katsoon niiden päivittäistä käyttöä.

Mikroblogisivusto Twitteriä ilmoitti käyttävänsä päivittäin 5,2 % vastaajista. Viikoittaisia käyttäjiä Twitterillä oli 5,8 %, ja kuukausittain tai harvemmin palvelussa kävi 16,9 % vastaajista. Twitteriä ei käyttänyt lainkaan useampi kuin kaksi kolmesta vastaajasta (71,1 %). Myös MySpacen suosio vastaajajoukossa on vähäinen, sillä yli puolet (53,1 %) ei käyttänyt palvelua koskaan. Kuukausittain tai harvemmin sivustolla kävi runsas kolmannes (34,5 %) ja viikoittain vajaa kymmenesosa (9,3 %) vastaajista. Päivittäin MySpacea käytti 2,1 % vastaajista. IRC-galleriaa ei käyttänyt koskaan kaksi kolmesta vastaajasta (67,2 %). Kuukausittain tai harvemmin sivustolla kävi noin joka neljäs vastaaja (25,3 %). Viikoittain IRC-galleriassa vieraili 4,2 % ja päivittäin 2,1 % vastaajista. Flickr-sivustoa ei käyttänyt koskaan yli kaksi kolmasosaa vastaajista (68,2 %), ja kuukausittain tai harvemmin sivustolla kävi vastaajista noin joka neljäs (24,7 %). Viikoittain sivustoa käytti 5,9 %, ja päivittäin 1,6 % vastaajista.

Vastaajajoukossa ei nauti suosiota myöskään LinkedIn, jota useampi kuin kolme neljästä vastaajasta (77,3 %) ei käyttänyt koskaan. Kuukausittain tai harvemmin sivustolla vieraili 16,3 % ja viikoittain 4,5 % vastaajista. Häviävän pieni osa (0,9 %) kirjautui palveluun päivittäin. Bebo, Orkut ja Second Life olivat vastaajajoukossa lähes tuntemattomia. Näistä vain Second Lifella oli jokunen päivittäinen käyttäjä. Beboa ei vastaajista käyttänyt koskaan 97,1 %, Orkut-sivustoa 96,6 % ja Second Lifea 94,1 %.

Valmiiksi annettujen vaihtoehtojen lisäksi vastaajat kertoivat käyttävänsä seuraavia verkon sosiaalisen median sivustoja: Last.fm, keskustelufoorumi, Livejournal.com, Delicious, Qaiku, Yammer, Picasa, IRC, Buzz, Wave, Messenger. Näitä palveluja ilmoitti seuraavansa muutamasta pariinkymmeneen vastaajaa.

## **Facebookin käyttö ja kaveriverkostot**

Kuten on käynyt ilmi, verkkokyselyyn osallistuneiden joukko koostuu leimallisesti juuri Facebookin käyttäjistä, sillä vain 192 vastaajaa (8,8 %)

ilmoitti, että heillä ei ole kyselyhetkellä Facebook-tiliä. Näistäkin parilla-kymmenellä tili oli ollut aiemmin. Vastaajista viitisentoista harkitsi kyselyn ajankohtana tilin perustamista vedoten yhteydenpidon helpottamiseen tai työhön liittyviin vaatimuksiin. Lisäksi 66 vastaajaa piti Facebookiin liittymistään mahdollisena joskus tulevaisuudessa.<sup>28</sup>

Valtaosalla eli 84,5 %:lla vastaajista oli palvelussa yksi tili. Yhtä useamman tilin haltijoita on joukossa vajaa sata (4,2 %), ja heistä useimmilla tilejä oli kaksi. Viitisenkymmentä vastaajaa eli pari prosenttia kertoi harkitsevansa tilistään luopumista. Pääasiallisiksi syiksi tähän mainittiin, että käyttö vie liikaa aikaa, se ei ole hyödyllistä, sivuston kautta saa ihmisistä liikaa tarpeetonta tietoa, ja oman yksityisyyden säilyminen huolestuttaa.

Useampi kuin neljä viidestä vastaajasta (81,4 %) ilmoitti liittyneensä Facebookiin vuosina 2007–2009. Pieni osa (0,3 %) sijoitti rekisteröitymisensä Facebookin perustamisvuoteen 2004, jolloin sivusto ei vielä ollut avoin Harvardin yliopiston ulkopuolisille. Vuonna 2005 liittyneitä on joukossa 0,6 % ja vuonna 2006, jolloin Facebook avautui kaikille, palveluun liittyi vastaajista 3,7 %. Vuosi 2007 kielii suomalaisittain liittymisbuumista, sillä tuolloin palveluun ilmoitti liittyneensä 34,5 % vastaajista. Vuonna 2008 liittyneiden osuus on 29,1 %, ja vuonna 2009 käytön aloitti 17,7 % vastaajista. Vuoden 2010 kahden ensimmäisen, kyselyä edeltäneen kauden aikana liittyneitä on joukossa 1,6 %. Palveluun liittymisvuottaan ei muistanut 5,2 % vastaajista, ja kysymykseen jätti vastaamatta 7,4 %.

Facebookissa ollaan pääasiassa omalla koko nimellä, sillä kysymykseen vastanneista ehdoton enemmistö (97,5 %) kertoi käyttävänsä sivustoa

---

28 Merkillepantavaa on, että Facebookin käyttöä koskeviin monivalintakysymyksiin annettiin huomattavan usein lukumääräisesti enemmän vastauksia kuin mikä on niiden vastaajien määrä, joilla oli palvelussa ilmoituksensa mukaan kyselyhetkellä tili – näin on, vaikka sovellettaisiin laskutapaa, jossa tilistään luopuneet lasketaan tilillisiksi ja sisällytetään joukkoon myös Facebook-tiliä koskeneen kysymyksen tyhjäksi jättäneet. Epäsuhta koskee Facebookin sellaistaakin käyttöä, joka nimenomaisesti edellyttää sivustolle rekisteröitymistä; esimerkiksi monien sivuston suosituimpien toimintojen tapauksessa vastausvalintojen määrä ylittää tilillisten määrän. Syitä lukujen ristiriitaan voi vain arvailla. Halusivatko jotkut Facebook-tilin omaavista kysymyksessä 18 jostakin syystä esittää, että heillä ei ole tiliä ja/tai halusiko osa tilittömistä vastata sivuston käyttöä koskeviin kysymyksiin huvikseen tai piruuttaan? Jollei toisin mainita myös Facebookin käyttöä koskevien vastausten prosenttiosuudet on tässä suhteutettu kyselyn koko vastaajajoukkoon.

etu- ja sukunimellään. Pelkkää etunimeä käyttäviä on joukossa vajaa parikymmentä, ja sukunimeä sanoi käyttävänsä alle puoli tusinaa vastaajaa. Lempinimeä käyttäviä on joukossa niin ikään parikymmentä, ja keksitty nimi oli käytössä kymmenellä vastaajalla.

Ajankäytölliseltä kannalta Facebookin käyttöä voi monivalintavastausten perusteella luonnehtia pääosin kahdenlaiseksi. Joko sivustolle tehdään lyhyehköjä, alle puolen tunnin mittaisia käyntejä tai vaihtoehtoisesti sivusto on koko ajan auki, ja sitä käytetään päivän mittaan eripituisia aikoja. Useampi kuin joka viides (22,2 %) ilmoitti viipyvänsä Facebookissa kerrallaan 1–5 minuuttia. Vajaalla kolmasosalla (30,6 %) tavanomaisen käyntikerran kesto oli 10–20 minuuttia, ja runsas neljäsosa (26,9 %) vastaajista ilmoitti pitävänsä sivustoa jatkuvasti auki. Noin joka kymmenes (9,4 %) käyttäjä kertoi viipyvänsä Facebookissa kerralla puolesta tunnista tuntiin, ja 2,1 %:lla käyntikerran kesto oli yleensä 1–2 tuntia. Prosentin verran vastaajia ilmoitti käyttävänsä sivustoa kerrallaan yli kahden tunnin mittaisia aikoja.

Käyttäjä voi antaa Facebookissa itsestään erityyppisiä tietoja. Omaan henkilöön liittyvistä tiedoista kyselyyn vastaajat kertoivat useimmiten sukupuolensa (78,6 % vastaajista), syntymäaikansa (75,4 %), kaupungin, jossa asuvat (70,7 %), sähköpostiosoitteen (60,3 %), korkeakoulun tai yliopiston (58,1 %) ja parisuhdestatuksen (52,8 %).

Selvästi pienempi on niiden vastaajien osuus – 25,7 % – jotka kertovat sivustolla sisaruksensa tai perheenjäsenensä. Tarkemmista yhteystiedoista puhelinnumeron kertoi 16,3 % vastaajista, oman verkkosivunsa osoitteen 13,8 % ja asuinpaikkansa osoitteen 5,8 %.

Muista henkilöön liittyvistä tiedoista noin joka kolmas vastaaja (33,7 %) teki Facebookissa tiettäväksi harrastuksensa, mielimusiikkinsa (33,5 %) ja kiinnostuksen kohteensa (31,8 %). Lempielokuvansa kertoi useampi kuin joka neljäs (27,6 %), samaten suosikki-tv-sarjansa (26,1 %), ja noin joka neljäs vastaaja sanoi nimeävänsä sivustolla lempikirjansa (24,4 %).

Facebook-kavereidensa lukumäärän muisti kyselyssä tarkasti useampi kuin kaksi kolmesta vastaajasta (69,5 %); lähes neljäsosa (23,1 %) valitsi riippuvalikosta noin-arvion, ja 7,3 % vastaajista jätti kysymykseen vastaamatta. Kourallinen vastaajia ilmoitti, että heidän kavereiensa määrä on nolla. Mielenkiintoisena yksityiskohtana voi mainita, että tarkan

kaverimääränsä muistaneilla kavereita oli keskimäärin enemmän kuin niillä, jotka arvioivat kaverimääränsä.

Tavallisin kavereiden määrä sen ilmoittaneiden joukossa on 100–200 kaveria, johon haarukkaan sijoittui kysymykseen vastanneista noin puolet (50,8 %). Lähes joka viidennellä (19,9 %) kavereita oli yli 200, ja vajaalla viidesosalla (18 %) niitä oli 50–100. Hieman harvemmillä kuin joka kymmenennellä (9,3 %) kaverimäärä sijoittui välille 300–400, ja lähes saman suuruusella joukolla (9%) kavereita oli 10–50. Alle 10 kaveria oli 1,5 %:lla kysymykseen vastanneista. Joukossa oli jonkin verran myös huomattavan suuria kaverimääriä: 400–500 kaveria oli 5,1 %:lla, 500–1000 kaveria 3,9 %:lla ja yli 1000 kaveria 0,4%:lla kavereidensa määrän kertoneista.

Valtaosalla vastaajista Facebook-yhteysverkosto muodostuu sekalaisesta joukosta ihmisiä, johon lukeutuu nykyisiä kavereita (90,9 %:lla vastaajista), sukulaisia (79,3 %:lla), Facebookin kautta löytyneitä vanhoja koulukavereita (77,5 %), perheenjäseniä (75,6 %), vanhoja koulukavereita, joihin oli ollut yhteys jo ennen Facebookiin liittymistä (74,3 %), lapsuuden ystäviä, joihin oli ollut yhteys jo ennen Facebookia (69 %), työkavereita (67,6 %), nykyisiä koulu- tai opiskelukavereita (65,8 %) ja Facebookin kautta löytyneitä lapsuuden kavereita (61,9 %). Myös satunnaiset tutut ja kavereiden kaverit olivat runsaasti edustettuina; ensin mainittuja oli Facebook-kavereina useammalla kuin kolmella viidestä (62,6 %), ja jälkimmäiset mainitsi Facebook-kaveripiiriinsä kuuluvina 57,8 %. Sängen lukuisasti Facebook-kavereiden joukossa on myös entisiä harrastuskavereita (45,1 %:lla), eikä aivan mitätön ole Facebookin ulkopuolella tavattujen ja kavereiksi liitettyjen henkilöiden määräkään, sillä heitä oli Facebook-kavereina useammalla kuin joka viidennellä vastaajalla (22,4 %).

Vastaajien Facebook-kaverit asuivat usein muualla Suomessa kuin he itse. Useammalla kuin joka kolmannella (36,2 %) suurin osa kavereista asui eri paikkakunnalla. Noin joka viidennellä (19,9 %) suunnilleen puolet Facebook-kavereista asui eri paikkakunnalla kuin vastaaja itse, ja joka neljännellä vastaajalla (25,8 %) toisella paikkakunnalla asui kavereista aika moni. Vain jokusella (0,3 %) kaikki Facebook-kaverit asuivat samalla paikkakunnalla, ja vastaajista 7,2 %:lla kavereista asui toisella paikkakunnalla muutama. Vastaajista runsaalla prosentilla (1,3 %) kaikki kaverit asuivat toisaalla.

Valtaosalla vastaajista oli Facebook-kavereita myös ulkomailta; vain 6,4 % kertoi, että kaikki kaverit asuvat samassa maassa. Noin kolmella viidestä (59,3 %) ulkomailla asui Facebook-kavereista muutama. Noin joka viidennen (19,6 %) kavereista asui ulkomailla aika moni. Suunnilleen puolet kavereista asui eri maassa 3,5 %:lla vastaajista, suurin osa heistä asui eri maassa 3 %:lla, ja kahden vastaajan mukaan kaikki Facebook-kaverit asuvat eri maassa kuin hän itse. Vastaajista parikymmentä ei tiennyt Facebook-kavereidensa asuinmaata.

## **Suhtautuminen Facebookin rakenteellisuuksiin**

Facebookin käyttöä koskeissa kysymyksissä vastaajia pyydettiin kertomaan myös, ovatko he tehneet yksityisyysasetuksiinsa sivustolla muutoksia, missä määrin he ovat selvillä siitä, millaista tietoa heistä välittyy Facebookin kautta sekä onko henkilökohtaisten tietojen mahdollisella leviämällä tuntemattomille heille merkitystä. Lisäksi kysyttiin, kuinka todennäköisenä käyttäjät pitävät sitä, että heistä Facebookissa olevaa aineistoa löytyy myöhemmin internetistä tilin lopettamisen jälkeenkin. Lopuksi tiedusteltiin Facebookin käyttöehtojen tuntemusta sekä suhtautumista palvelun maksullisuuteen.

Facebookin yksityisasetuksiin puuttuminen on vastaajajoukossa tavallista, sillä neljä viidestä vastaajasta (80,4 %) ilmoitti muuttaneensa yksityisyysasetuksiaan. Kutakuinkin yhtä moni (79,4 %) sanoi olevansa selvillä siitä, mitä muut ihmiset saavat hänestä tietää Facebook-profilin perusteella. Lisäksi kolmelle neljästä (75,2 %) vastaajasta oli merkitystä sillä, saavatko tuntemattomat tietää hänestä henkilökohtaisia asioita Facebookin kautta. Sitä vastoin käsitykset siitä, kuinka todennäköisesti itse lisättyjä materiaaleja löytyy verkosta sen jälkeen kun luopuu Facebook-tilistään, hajautuivat aika lailla. Missä vajaa kolmasosa (30,1 %) katsoi, että materiaalien löytyminen on todennäköistä, siinä hieman pienempi joukko (26,8 %) oli sitä mieltä, että löytyminen vaatisi erityistä vaivannäköä. Vajaa viidennes (18,6 %) vastaajista piti materiaalien löytymistä sattumanvaraisena, ja erittäin epätodennäköistä sen uskoi olevan 5,4 %. Hieman useampi kuin joka kymmenes (11,6 %) vastaaja oli vakuuttunut siitä, että tietoja löytyy myöhemmin aivan varmasti.

Facebookin käyttöehdot olivat jossain määrin tuttuja runsaalle puolelle (57,1 %) vastaajista. Ne tunsivat mielestään hyvin joka kymmenes vastaaja (10,1 %); heikosti ne sanoivat tuntevansa useampi kuin joka viides (22,2 %). Käyttöehtoja ei sanonut tuntevansa lainkaan 3,4 % vastaajista.

Kyselyn päätteeksi tiedusteltiin halukkuutta maksaa Facebookin käytöstä. Alle kymmenesosa vastaajista (8,4 %) suhtautui ajatukseen myönteisesti. Heistä yli puolet (58 %) katsoi, että vähemmän kuin 5 euroa olisi sopiva kuukausittainen käyttömaksu. Noin kaksi viidestä (39,8 %) myönteisesti Facebookin maksullisuuteen suhtautuneesta olisi ollut valmis maksamaan palvelun käytöstä 5–10 euroa ja 2,2 % yli 10 euroa kuukaudessa.

## Facebook-toimintojen käyttö

Selvästi suosituin Facebook-toiminto vastaajien joukossa on Newsfeed eli uutissyöte, jota ilmoitti lukevansa usein noin kuusi seitsemästä vastaajasta (85 %). Joskus syötettä luki vastaajista 4,5 % ja harvoin 2 %. Syötettä ei lukenut ollenkaan 1,1 % vastaajista. Toiseksi tavallisinta toimintaa on kavereiden kuvien katseleminen, mitä sanoivat tekevänsä usein vajaa puolet (46,1 %) ja joskus noin kaksi viidestä (38,3 %) vastaajista. Kolmanneksi eniten Facebookissa seurataan kavereiden profiileita (43,8 % usein, 38,4 % joskus). Kavereiden tilapäivityksistä tykkääminen on neljänneksi tavallisinta toimintaa sivustolla – sitä kertoi tekevänsä usein 41 % ja joskus 37,9 %. Kavereiden tilapäivitysten kommentointi on käytön useudessa viidennellä sijalla – sitä ilmoitti harrastavansa Facebookissa usein 38,1 % ja joskus 41,9 % vastaajista. (Ks. taulukko 6 liitteessä 3.)

Muita yleisesti käytettyjä Facebookin toimintoja ovat tilapäivitysten kirjoittaminen (tätä teki usein 36,3 % ja joskus 33,8 % vastaajista), viestien lähettäminen kavereiden postilaatikkoon (usein 35,1 %, joskus 42,3 %) sekä syntymäpäiväonnittelujen hoitaminen Facebookin kautta (usein 34,4 %, joskus 32,8 %). Lisäksi chattailu sekä tapahtumatietojen ja -kutsujen seuraamista ja -kutsuihin vastaamista ilmoitti kutakin harrastavansa usein vajaa kolmannes vastaajista; kutakin toimintoa käytti joskus noin kolmannes vastaajista. Melko yleisinä toimintoina voi mainita vielä kavereiden kuvista tykkäämisen ja kavereiden kuvien kommentoimisen. Edellistä teki usein 26,5 % ja joskus 44,2 %. Jälkimmäistä teki usein 24,7 % ja joskus 44,6 % vastaajista. Myös kuvien kommentoiminen on tavallista;



noin joka neljäs (24,7 %) teki sitä Facebookissa usein ja useampi kuin kaksi viidestä (44,6 %) joskus.

Jos Facebook-toimintojen käyttöä vertaa internetin käyttötapoihin, huomiota kiinnittää muun muassa se, että Facebookin alustalla kuvien katselu on vielä tavallisempaa toimintaa kuin mikä on kuvien katselun osuus netin käytössä yleisesti. Kun internetin käytössä päivittäisen kuvien katselun osuus on 27,4 %, Facebookissa katselee (kavereiden) kuvia usein 46,1 % vastaajista. Kuvien asemaa Facebookin käytössä korostaa sekin, että kavereiden kuvista tykkääminen ja kuvien kommentointi ovat alustalla yleisiä. Myös kuvien julkaiseminen on tavallisempaa kuin mitä se on internetin kokonaiskäytössä. Missä Facebook-käyttäjistä 11,9 % julkaisee alustalla kuvia usein ja 38,9 % joskus, siinä päivittäin internetissä kuvia julkaisevien osuus on 1,4 % ja viikoittain julkaisevien 5,9 %. Toinen huomiota kiinnittävä ero on, että aktiivisesti pelejä pelaavien osuus on Facebookia käytettäessä suhteessa suurempi kuin mitä se on koko internetin käytössä. Alustalla pelaa pelejä usein vajaa viidennes (18,1 %), kun päivittäisen ilmaispeleiden pelaamisen osuus internetin kokonaiskäytössä on 12,6 %. Toisaalta selvästi yli puolet (56,9 %) ilmoitti, että ei pelaa Facebookissa pelejä lainkaan.

Tässä yhteydessä voi huomata, että Facebookissa tapahtuvan pelaamisen osalta vastaukset painottuvat varsin eri tavoin kuin testien ja sovellusten tapauksessa. Viime mainituissa usein käyttävien osuus on selvästi pienempi kuin pelaamisessa; toisaalta pienempi on myös niiden vastaajien osuus, jotka eivät käytä testejä ja sovelluksia ollenkaan. Facebook-sovelluksia ilmoitti käyttävänsä usein 5,9 % ja ei koskaan 36,8 % vastaajista. Facebook-testeihin puolestaan sanoi vastaavansa usein 5,6 % ja niihin ei vastannut koskaan 20,6 % vastaajista.

Jos Facebook-toimintojen käyttöä tarkastelee vastaavalla yleisöys-kanssakäymiseen osallistuminen-tekijäyys -akselilla kuin edellä tarkasteltiin internetin käyttöä, huomiota kiinnittää, että suosituimmat toiminnot painottuvat akselin yleisö- ja vuorovaikutuspäähän. Yhtäältä yleisön roolissa tapahtuva syötteiden lukeminen, kavereiden kuvien katseleminen ja näiden profiilien seuraaminen ovat kolme tavallisinta toimintoa Facebookissa. Toisaalta käytön useudessa seuraavina tulevaisuuden tilapäivityksistä tykkäämisessä, niiden kommentoimisessa ja kavereiden kuvista tykkäämisessä on kyse vuorovaikutuksellisesta toiminnasta, ja sitä ovat myös viestien lähettäminen kavereiden postilaatikkoon,

syntymäpäiväonnittelujen lähettäminen ja tapahtumakutsuihin vastaaminen. Yleisimpien Facebook-toimintojen joukossa oikeastaan vain omien tilapäivitysten kirjoittaminen ei sijoitu välittömästi yleisönä toimimisen tai vuorovaikutukseen osallistumisen kategoriaan, ja näkökulmasta riippuen sekin voidaan tulkita kanssakäymisen osaksi.

Kaiken kaikkiaan yksi keskeinen piirre Facebookin tarjoamien toimintojen käytössä on, että muiden lisäämien sisältöjen seuraaminen ja niihin reagoiminen on tavallisempaa kuin on lisätä sivustolle sisältöjä itse. Missä esimerkiksi kavereiden kuvia katseli usein lähes puolet vastaajista, siinä heistä lisäsi palveluun kuvia usein noin joka kymmenes. Vastaavasti kun tapahtumatietoja ja -kutsuja seurasi usein 29,9 % vastaajista ja niihin vastasi usein 29,7 %, tapahtumakutsujen aktiivisia laatijoita on joukossa 4,1 %. Tilapäivitysten osalta asetelma on tasaisempi. Missä noin kaksi viidestä tykkäsi tilapäivityksistä usein, siinä kommentteja niihin usein kirjoittavien osuus on lähes samansuuruinen, ja omia tilapäivityksiä sanoi tekevänsä usein 36,3 % vastaajista.

Tiiviisti statustaan päivittävien tai postauksia lähettävien määrä ei toisaalta ole joukossa kovin suuri. Noin joka viides (19,9 %) ei ollut postannut mitään tai päivittänyt statustaan viimeisen seitsemän vuorokauden kuluessa. Yhdestä neljään postausta tai päivitystä oli menneen viikon aikana tehnyt vajaa puolet (48,1 %) vastaajista. Suunnilleen kerran päivässä postanneita tai päivittäneitä, siis viidestä kymmeneen postausta tai päivitystä viikon kuluessa tehneitä vastaajia oli joukossa 15,9 %. Vastaajista 6,5 %:lla oli viikoittaisia postauskertoja 10–20, ja 1,5 %:lla niitä oli 20–40. Yli 40 kertaa postanneita tai päivittäneitä oli joukossa noin tusinan verran eli 0,6 % vastaajista.

Jos silmätään vertailun vuoksi Facebookin vähiten käytettyjä toimintoja (ks. taulukko 7 liitteessä 3), harvinaisinta on roska-postin lähettäminen, mitä ei myöntänyt tekevänsä monikaan. Vastaajista 91 % sanoi, että ei lähetä roska-postia koskaan. Muutama teki sitä joskus, ja runsas tusina vastaajaa ilmoitti lähettävänsä roska-postia harvoin. Poikkeuksellista on myös mainosten luominen; niitä ei tehnyt koskaan 88 % vastaajista, kun usein tekeviä on joukossa pari kappaletta (0,2 %). Facebook-testejä ei laatinut koskaan 85,3 %, usein niitä laati 0,5 %. Edelleen missä treffikumppaneiden etsiminen Facebookissa ei lukeudu vastaajista useamman kuin neljän viidestä (82,8 %) käyttämiin toimintoihin, siinä alle kymmenen vastaajaa

(0,5 %) ilmoitti hakevansa deittiseuraa usein. Vain harvoin käytettyjen Facebook-toimintojen joukkoon kuuluvat myös palautteen lähettäminen Facebookille (ei koskaan 80,9 % vastaajista, usein 0,1 % vastaajista), omien hyvien asioiden ('causes') luominen (ei koskaan 79,1 %, usein 0,6 %), loukkaavista viesteistä raportoiminen (ei koskaan 76,2 %, usein 0,4 %) sekä fanisivujen tekeminen (ei koskaan 75,9 %, usein 0,6 %). Kovin usein käytettyjä toimintoja eivät ole myöskään lahjojen lähettäminen (ei koskaan 65,9 % vastaajista), videoiden lisääminen (ei koskaan 63,5 %), jo mainittu pelien pelaaminen (ei koskaan 56,9 %) ja kavereiden tökkääminen (ei koskaan 49,8 %).

Facebookin toimintojen suosituimmuusjärjestyksestä voi päätellä, että käyttäjiä kiinnostaa sivustolla nimenomaisesti oma kaveripiiri – seikka, joka nousee sivustoa koskevissa tutkimuksissa esiin yhä uudelleen. Esimerkiksi kavereiden profiilisivuja kertoi seuraavansa kyselyn Facebook-käyttäjistä usein tai joskus useampi kuin neljä viidestä (82,2 %), kun vain 0,9 % ei seurannut niitä ollenkaan. Sitä vastoin tuntemattomien profiileja sanoi seuraavansa usein vain 3,1 % käyttäjistä, ja joskus niitä seurasi joka viides (20,6 %); runsas neljännes (27,2 %) ilmoitti, että ei seuraa tuntemattomien profiileja lainkaan. Tulos vahvistaa muun muassa danah boydin ja kumppaneiden havaintoa, että Facebookissa ja muissa vastaavissa alustoissa on kyse nimenomaisesti verkostoista, ei verkostoitumisesta. Myöskään kontakteja ei etsitä Facebookin kautta kovin aktiivisesti; vain 4,5 % sanoi hakevansa uusia yhteyksiä usein, ja 26,5 % haki niitä joskus. Vastaajista 17,8 % ilmoitti, että ei hae Facebookin kautta kontakteja koskaan. Kuten todettua, uusia tuttavuuksia ei etsitä etenkin deittimielessä.

Viestinnän ja kanssakäymisen painottuminen omaan kaveripiiriin ilmenee epäsuorasti myös tavassa, jolla Facebookin ryhmissä toimitaan. Suurin osa vastaajista oli kyllä liittynyt Facebook-ryhmiin, sillä vain 4 % kertoi, että ei liity ryhmiin koskaan. Useampi kuin kaksi viidestä (44,3 %) sanoi liittyvänsä ryhmiin joskus ja vajaa kolmasosa (31,5 %) harvoin. Usein ryhmään liittyy 12,4 % vastaajista. Merkillepantavaa kuitenkin on, että ryhmät eivät tunnu olevan keskustelun paikkoja, sillä lähes kolmasosa (31,7 %) ei osallistunut ryhmien keskusteluihin lainkaan, ja useampi kuin kaksi viidestä (43,1 %) teki niin harvoin. Facebook-ryhmissä keskusteli aktiivisesti 2,7 % vastaajista, ja joskus keskusteluihin osallistui 14,7 %. Ryhmät

sinänsä vaikuttavat jonkin verran suositummilta kuin Facebookin fani-sivut, joista ei tykännyt koskaan 12 % vastaajista. Noin joka kymmenes vastaaja (10,4 %) ilmoitti tykkäävänsä sivuista usein, runsas kolmasosa joskus (34 %) ja hieman suurempi osa harvoin (35,6 %).

### III Käyttäjien kokemuksia Facebookista

#### Avovastaukset kurkistusluokkuina Facebook-elämään

Verkkokyselyn avokysymyksillä<sup>29</sup> haluttiin raottaa sisäpuolista näkökulmaa teknologisesti välittyneeseen sosiaalisuuteen sellaisena kuin se toteutuu Facebookissa. Käyttäjien kuvaukset siitä, keiden kanssa sivustolla ollaan ja miten, millaista vuorovaikutus on ja miltä muiden kanssa oleminen tuntuu, ovat oleellisia haettaessa otetta Facebookin erityisyydestä verkkoympäristönä ja pohdittaessa sen tilaluonteen suhdetta syntyviin viestinnällisiin tilanteisiin. Avokysymysten muotoilun lähtökohtana oli lisäksi ajatus, että piirtäessään kuvaa Facebookista kokemuksellisenä ympäristönä annetut vastaukset avaavat samalla näkymää sivuston huikeaan suosioon.

Kyselyyn sisältyi seitsemän varsinaista avokysymystä, joissa vastaajat saivat kuvailla suhdettaan Facebookiin eri kannoilta omin sanoin. Kysymyksillä selvitettiin ensiksikin palveluun liittymisen syitä ja siellä olemisen hyviksi ja huonoiksi koettuja puolia (ak22, ak23, ak24). Lisäksi vastaajat saivat kertoa, mitä he Facebookissa muuttaisivat (ak28). Heitä pyydettiin myös luonnehtimaan omaa profiilikuvaansa ja perustelemaan sen valinta (ak34) sekä kuvailemaan mielestään hyvää statuspäivitystä (ak37). Viimeisessä avokysymyksessä (ak43) tiedusteltiin mielipidettä Facebookin käyttöehdoista.

Monivalintakysymyksen 38 avovastauskenttään kertyi huomattava määrä kuvauksia käyttäjien Facebookin yksityisasetuksiin tekemistä muutoksista, ja olen tarkastellut näitä vastauksia varsinaisten avovastausten tapaan (ak38b). Lisäksi monivalintakysymykseen 16 sisältynyt tarkentava kysymys omien internetin käyttötapojen muuttumisesta ja siihen vaikuttaneista tekijöistä tuotti runsaasti sanallisia vastauksia, jotka valottavat kiinnostavasti verkon sosiaalisen median yhä merkittävämpää asemaa ihmisten

---

29 Ks. liite 2. Verkkokyselyyn sisältyneet avokysymykset on lomakkeessa lihavoituu.

arjessa. Nämä vastaukset jouduttiin kuitenkin jättämään erittelyn ulkopuolelle, jotta laaja avovastausaineisto ei olisi paisunut kohtuuttomasti.<sup>30</sup> Yleistäen voi todeta, että omien netin käyttötapojen muuttumiseen on vastaajien havaintojen mukaan vaikuttanut juuri Facebookin jatkuvasti suurempi osuus päivittäisessä ajankäytössä.

Avokysymykset kääntävät toisiaan täydentävästi esiin eri puolia käyttäjien suhteesta ja suhtautumisesta Facebookiin sekä heidän kokemuksistaan, kanssakäymisistään ja toiminnastaan sen tilassa. Palveluun liittymisen julkilausuttuja syitä koskevat vastaukset (ak22) antavat aineksia arvioida myös liittymisen seläntakaisia motiiveja samalla kun näkyviin nousee käyttäjien etukäteisiä oletuksia Facebookista ja siellä olemisesta. Sivuston hyviksi havaitut puolet ja myönteiset kokemukset sen käyttämisestä (ak23) puolestaan valottavat seikkoja, jotka pitävät käyttäjiä Facebookissa ja saavat heidät palaamaan sinne aina uudelleen. Vastaavasti koetut huonot puolet (ak24) tekevät näkyväksi, mikä sivustolla ja siellä olemisessä on sellaista, että se työntää käyttäjiä Facebookista pois. Mieluisien ja epämiellyttävien kokemusten rinnastaminen tuo pintaan myös kiinnostavia jännitteitä käyttäjiä Facebookissa pitävien ja heitä sieltä pois työntävien tekijöiden välillä. Näiden seikkojen pohjalta piirtyy samalla kuva siitä, millainen kokemuksellinen ympäristö Facebook on ja millaista sosiaalista elämää sen tilassa eletään.

Facebookissa tunnistettujen muutostarpeiden (ak28) pohjalta voidaan paitsi tehdä lisäpäätelmiä siitä, mikä palvelussa ei tyydytä käyttäjiä myös pohtia miten – ja kuinka annettuina – Facebook-ympäristön rakeneominaisuuksiin suhtaudutaan. Tarkastelemalla muutoshalujen kohteita saadaan otetta siitä, haluttaisiinko ja missä määrin muutoksia nimenomaisesti alustan 'arkkitehtuurisiin' piirteisiin sekä kytketäänkö ne mahdollisesti yhtiön omistukseen tai sen liiketaloudellisiin tavoitteisiin. Tätä suuremmin käyttäjien suhtautumista Facebookin tilallis-rakenteellisiin

---

30 Kunkin avokysymyksen vastaukset koottiin e-lomakkeelta Excelin kautta Word-tiedostoiksi. Avovastausaineiston kokonaislaajuus oli 1,5 rivivälillä ja Arial 11 -fontilla 953 A4-liuskaa. Sivumääräisesti laajimpia olivat Facebookin hyviä ja huonoja puolia koskeneet vastauskokonaisuudet (134 ja 133 A4-sivua). Huomattavan laaja oli myös omaa profiilikuvaa koskeneiden vastausten kokonaisuus (129 A4-sivua). Pienin kokonaisuus kertyi Facebookin käyttöehtoja koskeneen kysymyksen vastauksista (96 A4-sivua).

Monivalintakysymyksen 16 tarkentava kysymys tuotti vastauksia kaikkiaan 130 A4-sivun verran.

piirteisiin ja heidän niihin nähden omaksumiaan toimija-asemia valottavat vastaukset kysymyksiin yksityisasetusten muutoksista (ak38b) ja palvelun käyttöehdoista (ak43).

Oman profililuvan luonnehdinnat ja kuvan valinnan perustelut (ak34) tarjoavat aineksia arvioida, millaiseksi minän julkisen näkymisen ja esittämisen paikaksi käyttäjät Facebookin kokevat. Hyvän statuspäivityksen määrittelyt (ak37) puolestaan kertovat sivustosta paitsi esiintymisen myös ja eritoten yleisönä toimimisen tilana.

Eri avokysymysten keräämistä vastausmääristä voi huomata, että innokkaimmin vastaajat tarttuivat kysymykseen Facebookin hyvistä puolista, joita heistä kuvaili seitsemän kahdeksasta. Huonoista puolista kerrottiin vain hieman vähemmän viitseliäästi. Facebookiin liittymisensä syitä toi esiin lähes viisi kuudesta vastaajasta, ja omaa profilikuvaansa luonnehti ja sen valintaa perusteli vastaajista noin neljä viidestä. Hyvää statuspäivitystä määritteli lähes kolme neljästä vastaajasta, ja yksityisyysasetuksiin tekemistään muutoksista kertoi melkein yhtä iso osa. Jo pienempi joukko eli noin kolme viidestä vastaajasta toi esiin mitä haluaisi Facebookissa muuttaa. Vähiten vastauksia kirvoitti kysymys sivuston käyttöehdoista, joista ilmaisi kantansa harvempi kuin kaksi viidestä vastaajasta.<sup>31</sup>

Avovastausten käsittely eteni monivaiheisesti ja ristiinluentaa soveltaen niin, että kunkin kysymyksen vastausmassasta muodostettiin aluksi aineistolähtöisesti kategoriat, joita käyttäen kaikki po. kysymyksen vastaukset tämän jälkeen koodattiin. Koodauksessa kullekin vastaajalle annettiin samana pysyvä tunnusnumero.<sup>32</sup>

Jo tässä yhteydessä voi panna merkille, että vaikka esiin tuotujen seikkojen kirjo oli jokaisen avokysymyksen osalta suuri – koodauskategorioiden määrän ollessa pienimmilläänkin parikymmentä – vastauskokonaisuuksissa maininnat keskittyivät usein muutamaan pääasialliseen

---

31 Vastausmäärien prosenttiosuudet on laskettu kaikista verkkokyselyyn vastanneista: k22: 82,5 % (1805 vastaajaa), k23: 87,5 % (1915), k24: 85,1 % (1862), k28: 60,3 % (1319), k34: 80,6 % (1764), k37: 74,8 % (1637), k38b: 73,9 % (1617), k43: 38,9 % (851).

32 Jokaisen avovastauskokonaisuuden koodauksessa erotettiin omiksi luokikseen 'ei muista tai ei osaa sanoa' ja 'ei pystytty luokittelemaan'. Näihin luokkiin sijoittuvien mainintojen määrä jäi kaikkien kysymysten osalta kuitenkin vähäiseksi.

Vastaukset avokysymyksiin 28, 38b ja 43 koodasi tutkimusassistentti Minna Vigen.

luokkaan. Toisaalta on syytä samalla huomata, että koodausluokat ovat sisäisesti moniulotteisia. Yhden yksittäisen ja selvärajaisen seikan sijasta niissä on usein kyse pikemminkin ryppäistä tai rykelmistä, joihin sisältyy lähes aina monia samaksi tulkittavissa olevan asiakokonaisuuden tai suhtautumistavan vivahteita.

Vastausten pohjakoodaus tehtiin kysymyksestä riippuen kolmi- tai neliportaisesti siten, että koodauslomakkeen sarakkeistoon erotettiin kunkin vastaajan po. vastauksessa ensisijaisena tai ainoana mainitsema seikka sarakemerkinnällä a. Jos vastaaja nosti esiin useampia seikkoja, nämä sijoitettiin omiin sarakkeisiinsa merkinnällä b, c ja d. Mikäli mainittuja seikkoja oli enemmän kuin neljä, ne kaikki merkittiin käytetystä porrastuksesta riippuen joko sarakkeeseen c tai d. Karkeudessaankin koodaus avasi mahdollisuuden tarkastella eri seikkojen kimppuuntumista merkitysulottuvuuksiksi kautta vastauskokonaisuuksien sekä eritellä ulottuvuuksien keskinäisiä suhteita ja kytkeytymisiä kunkin kysymyksen osalta koko vastaajajoukossa. Koodausvaiheessa aineistosta poimittiin lisäksi runsaasti eri merkitysulottuvuuksia ja niiden sisäistä moninaisuutta havainnollistavia esimerkkejä.

Ensisijaisuuden kriteerinä vastauksia koodattaessa käytettiin vastaajan omaa asioiden esittämisyjärjestystä eli vastauksessa ensimmäisenä tai ainoana mainittu seikka merkittiin aina sarakkeeseen a. Aineiston suuren määrän vuoksi tätä lineaarista tärkeysjärjestystä ei lähdetty problematisoimaan esimerkiksi sidosanojen semanttista roolia tulkitsemalla. Sinänsä on selvää, että mainintojen liittäminen toisiinsa vaikkapa 'ja'-, 'kun'- tai 'joten'-sanojen avulla tuottaa niiden välisen merkityssuhteen ja samalla keskinäisen ensisijaisuusjärjestyksen toisistaan poikkeavasti. Tällaisessa analyysissä ensimmäisenä mainittu – so. vastaustilanteessa luultavasti ensiksi mieleen juolahtanut – seikka ei välttämättä aina osoittautuisi ensisijaiseksi tai tärkeimmäksi puoleksi asiassa. Toisaalta tarkkakaan tekstuaalinen punninta ei voi tarjota kiistatonta ratkaisua, sillä merkitykset ankkuroituvat viime kädessä vastaajien henkilökohtaisiin kokemuksiin ja niihin kytkeytyviin konteksteihin, joista kumpiinkaan erittelijällä ei ole pääsyä.

Tämän osion (osio III) luvuissa tutkailen avokysymysten 22, 23 ja 24 pohjalta käyttäjien suhdetta Facebookiin ja heidän tuntojaan olemisesta ja yhteiselämästä sivustolla. Tarkastelen aluksi omassa luvussaan, millaiset seikat ovat myötävaikuttaneet siihen, että Facebookiin on ylipäättään liitytty. Osion kahdessa muussa luvussa suuntaan huomioni siihen,



millaiseksi toisten kanssa sivustolla oleminen – hyvässä ja pahassa – koetaan. Seuraavassa osiossa (osio IV) suuntaan avokysymyksiin 34 ja 37 annettujen vastausten kautta huomioni siihen, millaista näkyminen, esiintyminen ja yleisönä toimiminen Facebookissa käyttäjien kuvausten ja kokemusten perusteella on. Lopuksi valotan avovastausten 28, 38b ja 43 pohjalta (osio V) käyttäjien suhdetta ja suhtautumista Facebook-ympäristön rakenteellisuuksiin. Kussakin osiossa hahmottelen lukujen aluksi vastauskokonaisuuksista piirtyviä suhtautumistapoja ja kokemuskimppuja niiden määrällisten suhteiden kannalta; lukujen päätteeksi tiivistän tulkintani erittelyn esiin nostamasta.

Avovastausten erittelyn ja tulkinnan lähtökohtana ovat vastauskokonaisuuksissa hallitseviksi nousseet piirteet, joista kiinnitän erikseen huomiota vastaajien ensimmäisenä tai ainoana mainitsemiin seikkoihin. Lisäksi otan varteen hallitsevien suhtautumistapojen ja kokemuskimppujen sisäisen moninaisuuden ja tarkastelen myös, miten eri merkitysulottuvuudet kytkeytyvät tai kietoutuvat eri vastauskokonaisuuksissa toisiinsa. Kiehtovia ja keskenään ristiriitaisiakin puolia sosiaalisesta elämästä Facebookin tilassa kääntyy näkyviin, kun eri avovastausten kurkistusluukuista avautuvia näkymiä suhteutetaan toisiinsa.

## **Miksi Facebookiin on menty**

### *Uteliaisuus, yhteydet ja muiden kannustus*

Facebookiin on liittytty moninaisista syistä, joiden kirjo ulottuu erityyppisistä muihin ihmisiin ja näiden toimintaan liittyvistä seikoista uteliaisuuden ja kokeilunhalun kautta ammatilliseen toimintaan ja sattumaan. Liittymisen taustoja valottavat maininnat muodostavat parikymmentä laajempaa syyryhmää, joiden joukosta erottuu selvästi viiden kärki. Niihin sisältyvät seikat saavat vastaajilta mainintoja huomattavasti lukuisammin kuin muut, ja yhteen laskien viisi tavallisinta liittymissyiden ryhmää kattaa valtaosan kaikista esiin tuoduista Facebookiin liittymisen syistä.<sup>33</sup>

---

33 Kuusi tavallisinta liittymissyiden ryhmää ovat (1) oma uteliaisuus ja kokeilunhalu (516 mainintaa), (2) yhteyksien saamiseen, ottamiseen, yhteydenpitoon ja viestittelyyn liittyvät seikat (455), (3) muiden ihmisten liittymi-

Mainintojen kokonaismäärän perusteella merkittävimmäksi pontimeksi Facebookiin liittymiselle osoittautuu *oma uteliaisuus*, jonka ilmenemismuodoiksi tai ulottuvuuksiksi voidaan lukea myös palvelun herättämä uutuudenviehätys, kiinnostus ja kokeilunhalu. Toiseksi yleisimmin liittymissyiksi nimetään *viestinnälliset yhteydet* ja tarkemmin niiden löytämiseen, ottamiseen ja ylläpitämiseen kytkeytyvät seikat. Etualalle nousevat yhteydet nimenomaisesti sellaisiin kavereihin ja tuttaviiin, jotka asuvat maantieteellisesti etäällä (usein ulkomailla) tai joiden kanssa ei tulisi viestitellyksi muuten. Kolmanneksi tavallisin Facebookiin liittymisen syy on *toisten ihmisten kannustava toiminta* eli tavallisimmin näiden sivustoa kehuva, liittymistä suositteleva, siihen yllyttävä tai painostava puhe. Erityisesti korostuu ystävien ja kavereiden osuus, joka joidenkin vastaajien tapauksessa on saattanut ylittää puhetekojen rajat. Neljänneksi useimmin liittymisen pontimena on *ystävien, kavereiden tai tuttavien olo Facebookissa*; tähän liittyy usein havainto sosiaalisen kanssakäymisen ja sosiaalisten suhteiden ylläpitämisen siirtymisestä palveluun. Monille kyse on samalla ollut muutosta pois jostakin toisesta verkon yhteisöpalvelusta kuten Irc-galleriasta, Messengeristä tai MySpacesta. Viidenneksi yleisimpänä yllykkeenä Facebookiin liittymiselle on toiminut joltakulta, usein kaverilta tai tutulta, tullut *suora liittymispyyntö tai -kutsu*.

Muut Facebookiin liittymisen syyt jäävät mainintojen kokonaismäärissä selvästi harvalukuisemmiksi. Jo kuudenneksi tavallisin liittymissy, joka kytkeytyy joko työhön, ammattiin, kansalaistoimintaan tai muuhun *järjestyneeseen yhteiskunnalliseen toimintaan*, kerää mainintoja huomattavasti vähemmän. Lisäksi mainintoja saavat – lukumääräisesti kukin muutamasta kymmenestä runsaaseen kymmeneen – myönteinen käsitys verkon sosiaalisesta mediasta tai nimenomaisesti Facebookista, *halu päästä seuraamaan sivuston kautta muiden kuulumisia ja tekemisiä, tietojen saaminen erilaisista tapahtumista ja kutsut niihin, viihtyminen tai tylsyyden torjunta, sosiaalisen median ilmiön ja/tai itse Facebookin esilläolo*

---

seen kannustava puhe ja muu toiminta (442), (4) ystävien, kavereiden ja/tai tuttujen olo Facebookissa (374), (5) liittymispyyntö tai -kutsu (242) ja (6) työhön, ammattiin, järjestö- tai kansalaisaktiivisuuteen tai muuhun kiteytyneitä muotoja saavaan yhteiskunnalliseen toimintaan liittyvät syyt (99). Huomattakoon, että viime mainittuun syyryhmään sisältyy sangen monenlaista toimeliaisuutta, ja kunkin yksittäin saamien mainintojen määrä jää usein niukaksi.

*valtamediassa tai verkossa, koettu sosiaalinen paine sekä mahdollisuus päästä näkemään toisten laittamia tai suosittelemia sisältöjä kuten kuvia tai videoita.*

Kuten voi havaita, iso osa Facebookiin liittymisen syistä kiinnittyy tavalla tai toisella ja etäisemmin tai läheisemmin muihin ihmisiin, ja jos tällaiset maininnat lasketaan yhteen, oma uteliaisuus ja kokeilunhalu jäävät kokonaismainintojen määrässä selvästi toiseksi. Haluttaessa voisikin yleistää, että juuri toiset ihmiset ovat olleet pääasiallinen syy liittyä Facebookiin. Toisaalta 'muihin ihmisiin' lukeutuu hyvin monenkirjavaa väkeä media-alustoilla ja verkossa esiintyvistä vieraista tuttaviiin, ystäviin ja lähisukulaisiin, minkä lisäksi muiden ihmisten osuus liittymisen ponttimena saa monenlaisia ilmenemismuotoja, ja sitä myös kuvaillaan monin vivahtein. Otteen saamiseksi tästä moninaisuudesta onkin mielekästä ottaa varteen muihin ihmisiin kytkeytyvien liittymissyiden eri puolet ja tarkastella niille ominaisia piirteitä myös irrallaan toisistaan.

Jos huomio suunnataan liittymissyiden saamien kokonaismainintojen sijasta siihen, mitkä Facebookiin liittymisen syyt mainitaan vastauksissa useimmin ensimmäisinä tai ainoina, viisi merkittävintä liittymissyitä pysyvät samoina, mutta kärkekolmikron keskinäinen järjestys muuttuu hie-man. Liittymisen ensisijaiseksi syyksi nousee nyt ystävien, kavereiden ja tuttavien Facebookia koskeva, liittymistä suosittava puhe tai näiden muu, paikoin puheella kannustamisen rajat ylittänyt toiminta. Oma uteliaisuus tai kokeilunhalu tulee liittymissyistä ensimainintojen perusteella toisena, ja liittymisen kolmanneksi tavallisin syy ovat viestinnällisten yhteyksien saamiseen ja niiden ylläpitämiseen liittyvät seikat.

On syytä panna merkille, että raja muiden ihmisten puheen ja oman uteliaisuuden välillä on hyvin häilyvä. Vastauksissa julkituodun ulkopuolelle kurottaen olisi mahdollista tulkita esimerkiksi, että liittymiseen johtaneen uteliaisuuden tai kokeilunhalun on saattanut herättää vaikkapa kavereiden kehuminen, verkossa vellonut keskustelu tai Facebookin käsittely valtamediassa. Rajan häilyvyyttä korostaa ja syy-seuraussuhteen olemassaoloa ehdottaa se, että muiden ihmisten Facebookia koskeva puhe ja oma uteliaisuus kulkevat vastauksissa usein käsikynkkää tai muodostavat kuin saman kolikon puolet niin, että kun jompikumpi mainitaan ensin, toinen nostetaan esiin heti vanavedessä. Liittymissyitä toisistaan eroteltaessa pitädyttiin kuitenkin siihen, mitä vastaajat toivat itse julkilausutusti esiin.

## Facebookiin päättymisen syistä lähemmin

Kun silmätään hieman lähemmin Facebookiin liittymisen ensimmäisenä tai ainoana mainittuja syitä ja niiden toisiinsa nivoutumista, nousee esiin muutamia kiinnostavia seikkoja.

Alkajaisiksi huomiota kiinnittää, kuinka värikkäästi **muiden ihmisten liittymiseen johtanutta toimintaa** usein kuvaillaan. Samalla sanavalinnat valottavat kiinnostavasti paitsi liittymisen taustoja ja siihen johtaneita tilanteita myös sitä, millaisia tuntemuksia yhtäältä verkon sosiaalista mediaa ja Facebookia ympäröinyt laajemman julkisen huomion piiri ja toisaalta ystävien ja kavereiden Facebook-innostus ja -kannustus ovat vastaajissa herättäneet.

Ne parikymmentä vastaajaa, jotka viittasivat muiden ihmisten puheeseen yleisellä tasolla, toivat esiin, että Facebookista on 'kuultu puhetta' tai 'juttua'. Tällaisten neutraalien muotoilujen lisäksi saatettiin viitata 'villitykseen' tai käyttää sellaisia ilmaisuja kuin *tuntui olevan kaikkien huulilla tämä ihmepalvelu silloin* tai *hypetystä oli tuohon aikaan niin paljon*.<sup>34</sup> Muutama vastaaja, joka nimesi liittymisensä syyksi sosiaalisen median ja Facebookin esillä olon perinteisissä viestimissä ja verkossa, asetti sanansa seuraavasti: *ulkomaisissa medioissa kohkattiin sen mullistavuudesta – halusin tietää mistä blogistanissa meuhkataan – se oli pinnalla silloin, joka lehdessä ja muualla puhuttiin uudesta ihmeellisestä facebookista*.

Ystävien tai kavereiden puheiden osuutta Facebookiin liittymisessä puolestaan kuvaillaan ilmauksin, joiden vahvuusaste ulottuu toteavasta 'puheesta' 'kehumisen', 'kannustamisen', 'ehdottamisen', 'suostuttelun', 'pyytelyn', 'yllyttämisen', 'kehottamisen' ja 'käskemisen' kautta 'painostukseen' ja suoranaiseen puheella 'pakottamiseen'. Seuraavat poiminnat havainnollistavat puheen sävyn ja painokkuuden vaihteluja: *kaverit alkoivat puhua siitä – kuulin siitä kaveriltani – kaverit kertoivat – kaveri kehui – opiskelukaverit kannustivat – kaveri suositteli – kaverit hehkuttivat*

---

34 Suorat poiminnat avovastausaineistosta on merkitty tekstissä kursivoilla, eikä niiden kieliasuun ole puututtu. Silloin kun vastaajien käyttämien ilmaisujen sanatarkkaa muotoilua, esimerkiksi niiden sijamuotoa, on ympäröivän virkerakenteen vuoksi muutettu, lainaus on merkitty yksinkertaisiin sitaatteihin. Tarkastelua havainnollistavat ja esimerkittävät poiminnat on erotettu toisistaan ajatusviivoin. Jos aineistositaattien sisältä on poistettu jotakin (esim. täytesanoja), tämä on merkitty kaarisulkujen sisällä olevilla kolmella pisteellä.

– kaverit houkutteli – kaverin innoittamana – kaverit pyysivät pitkään – kavereiden yllytyksestä – kymmenisen kaveria alkoi pommittaa – kaverit puhuivat ympäri – ystävien painostuksesta ;) – ystäväni soitti ja sanoi, että minun on 'pakko liittyä' – kaverit käski – kaverit pakottivat – ystäväni pakotti.

Merkillepantavaa on, että joidenkin vastaajien kaverit ovat ylittäneet pakottavan puheen rajat ja siirtyneet sanoista tekoihin – joskus vastaajan tietämättä tai jopa vastoin tämän tahtoa: *kaverit pakotti ja kännipäissään tekivät minulle tilin sinne – kaverini laittoi minut sinne – kaverini tekivät minulle tilin, koska heidän mielestään minulla pitäisi myös olla tili fb:ssa.*

Ensimmäintöjen nojalla toiseksi yleisimmässä liittymissyssä eli **omassa uteliaisuudessa** kiinnittää huomiota, että sen jänne ulottuu verkkoilmiöihin ja digitaalisen median sovelluksiin kohdistuvasta yleisestä mielenkiinnosta ja uutuudenviehätyksestä Facebookin palveluna herättämään kiinnostukseen ja kokeilunhaluun. Itse sivuston herättämä uteliaisuus on liittymisen syynä selvästi tavallisempi kuin ilmiötasoon kohdistuva yleinen mielenkiinto.

Kuten edellä mainitsin, uteliaisuuteen, mielenkiintoon tai haluun kokeilla Facebookia liittyy usein kuin kolikon kääntöpuolena muiden ihmisten ja eritoten kavereiden tai ystävien puhe. Vielä tavallisempi on käänteinen asetelma, jossa ensin kerrottu liittymissy on muiden ihmisten puhe, ja seuraavassa henkäyksessä mainitaan oma kiinnostus Facebookiin tai halu kokeilla palvelua. Näin esimerkiksi seuraavassa poiminnassa: *kuulin kavereilta, halusin kokeilla.* Yksityiskohtaisessa semanttisessa erittelyssä muiden Facebookia koskeva puhe ja oma uteliaisuus saattaisivat itse asiassa osoittautua usein niin toisiinsa kietoutuneiksi, että olisi vaikea ratkaista, kumpi lopulta on aselman muna ja kumpi sen kana.<sup>35</sup>

Toisaalta voi huomata, että uteliaisuus tuodaan usein esiin myös Facebookiin liittymisen ainoana syynä. Tällöin uteliaisuuden taustoja joko ei sen kummemmin valoteta tai sitten mielenkiinnon herääminen yhdistetään suoraan verkon sosiaalisen median ilmiöön tai nimenomaisesti

---

35 Huomattakoon, että uteliaisuus, mielenkiinto tai kokeilunhalu kietoutuu usein moniin muihinkin Facebookiin liittymisen syihin. Tästä kertoo jo se, että uteliaisuus mainitaan koko vastausaineistossa selvästi tavallisimmin toisena liittymissyynä.

Eri liittymissyiden niveltymiset ja yhteen kietoutumiset tarjoaisivat kiintoisan kohteen yksityiskohtaiselle analyysille mutta siihen ei ole tässä mahdollisuutta.

Facebookiin. Näin esimerkiksi seuraavissa poiminnoissa: *silkasta uteliaisuudesta – olin utelias – kiinnosti – testaamishalu ja uteliaisuus – tutustuakseni – mielenkiinto sosiaalisia medioita ja webin trendejä kohtaan – uusi ohjelma kiinnosti – kiinnosti palveluna – halusin nähdä minkälaisesta palvelusta kyse – oli tutustuttava uuteen kanavaan – en tiennyt siitä juuri mitään ja päätin kokeilla – halusin kokeilla Facebookia – siihen aikaan Facebook oli uusi ja jännittävä ilmiö, se vaikutti kiinnostavalta, vaikkei varsinainen Facebook-hype ollutkaan vielä alkanut.*

Myös ensimmäintöjen perusteella kolmanneksi tavallisin Facebookiin liittymisen syy eli **viestinnällisten yhteyksien** löytämiseen, saamiseen, ottamiseen ja pitämiseen liittyvät seikat niveltyy usein tiettyihin muihin liittymissyihin. Tätä ilmentää yhteyksimahdollisuuksien tuominen esiin hyvin usein myös toisena liittymissyinä. Erityisen tavallista yhteyksiin on viitata liittymisen toisena perusteluna silloin, kun ensimmäiseksi liittymissyiksi mainitaan muiden ihmisten Facebookiin siirtyminen tai heidän siellä jo olonsa.

Yhteyksimahdollisuuksiin viitattaessa kiinnittää huomiota, että monesti vastaajat eivät pelkästään kerro miksi he päätyivät Facebookiin vaan kuvailevat jo puolittain palvelun mielestään hyviä puolia. Kuten tuonnempana nähdään, niistä juuri yhteyksien ottamisen ja pitämisen helpottuminen nousee keskeiseksi. Voisikin tulkita, että näissä vastauksissa jälkikäteistä muistikuvaa Facebookiin liittymisen syistä sävyttää myöhempi kokemus sivuston käyttämisestä yhteydenpitoon ja viestittelyyn. Tai hie-man toisin: joidenkin vastaajien kokemus Facebookin tällaisesta käytöstä tuntuu täyttäneen ne odotukset, joiden nojalla he kenties alun perin liittyivät palveluun.

Tarkasteltaessa yhteyksimahdollisuuksia etäisyys–läheisyys-akselilla korostuu erityisesti kaksi seikkaa. Yhtäältä yhteyden ottamisen ja pitämisen ajatellaan helpottuvan kaukana, usein toisessa maassa, asuviin tuttuihin, kavereihin, ystäviin ja sukulaisiin. Toisaalta pinnalle nousevat viestittelyn helpottuminen ja lisääntyminen sellaisten tuttujen kanssa, joihin muuten ehkä tulisi olluksi yhteydessä hyvin harvoin tai ei ollenkaan. Jälkimmäisessä tapauksessa huomiota kiinnittää, että monet vastaajat luonnehtivat yhteyksien ottamista ja ylläpitämistä paitsi helpoksi ja nopeaksi myös kevyeksi.

Seuraavista poiminnoista ensimmäiset kuusi havainnollistavat, kuinka kokemus Facebookin käytöstä yhteydenpitoon kietoutuu vastaajan

mielikuvaan siitä, miksi hän alun perin liittyi palveluun: *siellä on helppo pitää yhteyttä kaukanakin asuviin läheisiin – yhteydenpito ystäviin ja tuttaviin onnistuu helposti – kännykättömälle vaihtarille helppo tapa pitää yhteyttä – siellä on tuttuja menneiltä vuosilta, joihin ei muuten olisi enää kontaktissa, samoin sitten uudet ihmiset ovat usein siellä – siellä on helppo pitää yhteyttä tuttuihin ja sukulaisiin kun puhelimella tulee soiteltua ja tekstailtua vaan niille läheisimmille – yhteyksien ylläpito helppoa – löytääkseni kadottamani kontaktit Suomessa asuviin tuttaviini löytääkseni vanhoja tuttuja – pysyäkseni mukana sosiaalisessa verkostoitumisessa – halusin palauttaa yhteyksiä vanhoihin ystäviin ja ylläpitää uusiin – pitääkseni yhteyttä harvemmin näkemiini tuttuihin – pitääkseni kevyellä tavalla yhteyttä ihmisiin, joihin muuten ei ehtisi olla kontaktissa – kansainvälisten kavereiden kanssa yhteydenpitoon – pitääkseni yhteyttä Saksassa kesäyliopistossa tutustumiini ympäri maailmaa asuviin opiskelijoihin – mahdollisuus löytää vanhoja tuttuja ja pitää yllä 'kevytuhmissuhteita' ilman vaativaa soittelu/sähköpostien kirjoittamista.*

Merkillepantavaa yhteydenpito mahdollisuuksissa on, että niitä korostetaan nimenomaisesti omalta kannalta. Vain poikkeuksellisesti tuodaan esiin, että palveluun on liitytty esimerkiksi *jotta joku, jolla ei ole yhteystietoja, saa tarvittaessa yhteyden minuun.*

Kun katsotaan lähemmin ensimmäintöjen perusteella neljänneksi merkittävintä Facebookiin liittymisen syytä eli **muiden ihmisten jo olemista sivustolla**, huomataan alkajaisiksi, että Facebookiin on usein siirrytty muista yhteisöpalveluista (Irc-galleriasta, pikaviestipalvelu Messengeristä, MySpacesta) ja että sivustolle on suunnattu muiden *ihmisten perässä, ystävien perässä, kavereiden muassa* tai koska *kaverit olivat melkein kaikki jo valuneet sinne*. Hyvin tavallista vastauksissa on käyttää sellaisia muotoiluja kuin *kaikki muutkin oli siellä – muut tutut olivat jo – kaverit olivat siellä ja ystävätkin ovat siellä.*

Ystävien, kavereiden ja tuttavien olo Facebookissa on tarkoittanut samalla sitä, että *sosiaaliset ympyrät siirtyivät verkkoon*. Merkillepantava puoli tätä palveluun liittymisen syytä onkin tunne sosiaalisen tapahtumisen ja sen piiriin sijoittuvan kanssakäymisen ulkopuolelle jäämisestä. Esimerkkejä sosiaalisen kuulumistarpeen voimasta löytyy runsaasti: *jän ulkopuoliseksi, koska suurin osa kommunikoinnista tapahtui Facebookissa – kaikki parhaat kaverini olivat jo siellä ja koin jääväni ulkopuoliseksi heidän jutuistaan – ystäväni keskustelivat aina facebookissa ja tunsin jääväni*

*ulkopuoliseksi – huomasin ystäväni liittyvän, joten halusin pysyä remmissä mukana – siellä tuntui tapahtuvan niin paljon, ja tunsin jääväni vaille jotain, mikä oli tärkeää sosiaaliselle kanssakäymiselle – koin, että jään paitsi monesta jutusta kun suurin osa tutuista tuntui olevan siellä – suurin osa tuttavistani oli jo siellä. tunsin välissä jääväni ulkopuoliseksi tapahtumista, joista he sopivat facebookissa – kaverit alkoivat ilmoittaa kaikki uutiset ja kokoontumiset FB:ssa, joten muuten oli hankalaa pysyä mukana menossa – koska en halunnut jäädä jostain paitsi, enkä halunnut ihmisten unohtavan kutsua minua tapahtumiin koska en ole FB:ssa.*

Havainto Facebookin noususta jokapäiväisen viestinnän ja vuorovai-  
kutuksen keskeiseksi paikaksi ja tämän tuntuvat vaikutukset omassa elä-  
mässä saivat jotkut vastaajat esittämään monisanaisempiakin kuvauksia.  
Yhden vastaajan mukaan liittyminen

*osoittautui välttämättömäksi. Kutsut tapahtumiin, ystäväpiiriin  
kuulumiset, ihmisten tavoittaminen ja viestittely siirtyi pitkälti  
sinne. Kuka lähettää sähköpostia enää tai chattaa messengeril-  
lä, viestittely tapahtuu fb:ssa.*

Toinen puolestaan kuvaili liittymisensä taustoja näin:

*Suuri osa tutuista oli siellä, ja ilmoittivat tekemisistään lähin-  
nä enää vain ja ainoastaan FB:n kautta. Syntymäpäiväjuhlat,  
tupaantuliaiset ja jopa läheistenkin ihmisten raskaudet tulevat  
esille vain FB:n kautta – kukaan ei enää ilmoita näistä tapahtu-  
mista esim. puhelimitse.*

Valtaosa vastaajista kuvailee 'pakkomuuttoaan' Facebookiin sangen totea-  
vaan sävyyn, mutta jotkut äityvät valottamaan kokemustaan vähemmän  
riemastuneina. Näin esimerkiksi seuraava vastaaja:

*Yritin mahdollisimman pitkään sinnitellä ilman naamakirjaan  
liittymistä. Mutta ihmiset jotka olivat jo siellä tekevät elämäs-  
tämme harvinaisen vaikeaa niille jotka eivät ole siellä. Mm. ku-  
via ladataan VAIN sinne tai tapahtumista tiedottaminen ei fb:n  
käyttäjille jotenkin tuntui 'unohtuvan' useimmiten. Kavereiden  
kuulumiset sai aina viimeisenä kuulla. Harmitti että ihmiset pu-  
huvat tuttavallisesti jostain uusista jutuista ja itse oli aina pi-  
halla mistä tällä kertaa puhutaan.*

Huomattakoon, että kuvauksessa tullaan jo lähelle kokemusta sosiaali-  
sesta pakosta, joka oli ensimmäinen tai ainoa Facebookiin liittymisen syy



parillekymmenelle vastaajalle. Toisaalta kuten poiminnot edellä osoittavat, pakon kokemus on vähintään epäsuorasti läsnä useilla niistäkin vastaajista, jotka kertovat siirtyneensä Facebookiin muiden ihmisten perässä. Vastauksia koodattaessa ja eriteltäessä sosiaalinen pakko katsottiin ensisijaiseksi liittymissyiksi kuitenkin vain tapauksissa, joissa vastaaja lausui julki kokemuksen pakon kohteeksi joutumisesta joko viittaamalla siihen yleisellä tasolla tai käyttämällä sosiaalisen paineen tai sosiaalisen pakon termiä. Näin esimerkiksi seuraavissa poiminnoissa: *sosiaalisen paineen vuoksi – ympäristön painostuksesta – yhteisön painostuksesta – sosiaalinen paine, kun kaveritkin... – vertaispaine, liittymispyyntöjä tuli kavereilta ja tuntui työkeältä kieltäytyä niistä – jonkinlaisen sosiaalisen paineen vaikutuksesta. en halunnut jäädä porukan ulkopuolelle.*

Viidenneksi yleisin Facebookiin liittymisen ponnin eli joltakulta saatu **liittymiskutsu tai -pyyntö** on liittymisen syistä yksiselitteisin eikä kaivanne pitkällisiä selityksiä. Merkittelevää myös sen osalta on kietoutuminen usein muiden ihmisten liittymistä suosittavaan puheeseen tai näiden muuhun suostuttelevaan toimintaan tai sen esiintyminen tasavertaisesti tämän syyn rinnalla, kuten silloin kun Facebookiin on liittynyt *kavereiden yllytyksestä ja pyynnöstä*. Huomiota kiinnittää lisäksi, että liittymiskutsu tai -pyyntö on saattanut synnyttää ketjureaktion, jossa kutsu on virittänyt mielenkiinnon Facebookia kohtaan, minkä jälkeen palvelua on haluttu kokeilla – ja monesti tietyn seurauksin: *sain kutsun tuttavaltani, päätin kokeilla ja jäin koukkuun.*

## ***Tulkintaa Facebookiin päätymisestä***

Tulkittaessa Facebookiin menemisen syitä ja taustoja yleisemmällä tasolla huomio kiertyy siihen, kuinka oleellisesti ja moninaisin tavoin muut ihmiset – eritoten ystävät ja kaverit – ovat toimineet pontimina ja välilläkin palveluun liittymisessä. Facebookiin on menty kavereiden kannustamana, usein näiden herättämän uteliaisuuden johdattamana ja samalla vahvan myönteisin yhteydenpidon odotuksin. Omia liittymisen motiiveja, Facebookin luonnetta viestinnän ja yhdessäolon paikkana saatika sivuston omistukseen liittyviä seikkoja ei ole tilanteessa pysähdetty pohtimaan.

Facebookiin liittymisen julkituoduissa syissä kiinnittää huomiota lisäksi, että mahdollisuudet 'tuottavaan toimijuuteen' – kuten tiedottamiseen ja

kampanjointiin, omien sisältöjen julkaisemiseen tai keskustelun virittämiseen – eivät juurikaan ole toimineet motiivina palveluun menemiselle. Merkille voi tältä osin panna, että monivalintavastausten perusteella tämän tyyppistä toimeliaisuutta ei Facebookissa oltaessakaan harrasteta kovin yleisesti. Samalla sivuston luonne julkisen näkymisen ja esiintymisen tilana tuntuu avautuneen käyttäjille usein vasta sisältöpäin. Facebookiin ei toisin sanoen ole menty – tai ainakaan tätä ei tuoda ensisijaisten liittymissyiden joukossa julki – *jotta* päästäisiin näkymään ja esiintymään muille. Sivuston tarjoama mahdollisuus seurata toisten tekemisiä ja näkymisiä tai päästä katsomaan heidän alustalle laittamiaan sisältöjä – siis asettuminen yleisön rooliin – nousee liittymissyynä esiin hieman useammin, mutta julkilausutusti kovin merkittävä Facebookiin liittymisen ponnin sekään ei ole.

Jos Facebookiin liittymistä tarkastellaan sosiologisen toimintateorian avaamasta suunnasta, siitä on vaikeaa puhua kovinkaan omaehtoisena tai päämäärätietoisena toimintana. Pikemminkin palveluun on eri tavoin päädytty. Ymmärtävän sosiologian termin kyse näyttäisi usein siis olevan käyttäytymisestä, jonka ylläke on tullut toimijan ulkopuolelta ja jota tämä on toteuttanut sängen mekaanisesti ja sen enempää suunnittelematta (Schütz [1932] 2007, 102–118; Pietilä & Ridell 2010, 314–316). Toisaalta on syytä muistaa, että viestinnällisten yhteyksien ylläpitäminen, joka osoittautui Facebookiin menemisen yhdeksi keskeiseksi pontimeksi, voidaan ymmärtää itsessään päämääräksi, jota ihmiset tavoittelevat kenties hyvinkin tietoisesti (ks. Pietilä & Ridell 2008, 31).

Liittymisen kaverivetoisuus ja siihen kietoutuva uteliaisuuden käyttinvoima tekevät joka tapauksessa ymmärrettäväksi, että Facebookin luonteen tilana, sen tähän liittyviin 'arkkitehtuurisiin' rakenteellisiin tahika yhtiön liiketaloudellisiin ja muihin intresseihin ei sivustolle mentäessä ole kiinnitetty huomiota. Liityttäessä ei ole jääty Facebookin ulkoeteiseen siekailemaan saatika pysähtytty pohtimaan, millaisia puitteita alustan tilaratkaisut kenties käyttäjien toiminnalle rakentavat. Samalla juuri liittymisen spontaani ja kaverivetoinen dynamiikka on omiaan tekemään Facebookista ja sen käyttäjäkunnasta sekä houkuttelevia että haastavia esimerkiksi mainostajien kannalta. Sivusto näyttäytyy periaatteessa oivallisena ympäristönä pyrkimyksille puhutella kuluttajia vertaismarkkinoinnin keinoin – lähestymällä heitä arkisen elämän yhteyksissä ja ystäväverkostojen välityksellä (Mills [1956] 1995). Sama koskee tietysti

mutakin laitostuneita toimijoita valtaviestimistä viranomaisiin, joilla kaililla on oma intressinsä tavoitella ihmisten huomiota näiden jokapäiväisissä Facebook-ympröissä.

## Hyviä kokemuksia Facebookista

### *Ylivoimaisesti parasta: yhteys muihin ihmisiin*

Facebookissa on käyttäjien mielestä todella paljon hyvää, mistä kertoo jo se, että yksittäisissä vastauksissa nostetaan usein esiin monia sivuston hyviä puolia ja kuvaillaan niitä monisanaisesti. Toisaalta jotkut vastaajat esittävät pitkän hyvien puolten listan, johon kirjattuja seikkoja he eivät kommentoi tai perustele mitenkään. Joukossa on myös vastauksia, joissa nimetään vain yksi Facebookin hyvä puoli, ja osa näistä vastaajista puolestaan muusailee kyseisen seikan äärellä pitkään ja polveilevasti.

Vaikka erilaisia Facebookin hyviä puolia tuodaan esiin reilusti yli kaksikymmentä, sivuston hyvyys kiertyy käytännössä muutaman – ja niistä nimenomaisesti yhden – puolen ympärille. Ylivoimaisesti merkittävin Facebookin hyväksi koettu puoli on, että se toimii ihmisten välisten yhteyksien uudenlaisena kanavana ja yhteydenpidon helpottajana – seikka, joka korostui myös yhtenä palveluun liittymisen syynä. Facebookin tämä ominaisuus saa vastaajilta kaikkiaan liki 1400 mainintaa kattaen runsaan kolmanneksen (35,4 %) kaikista esiin tuoduista sivuston hyvistä puolista ja tullen mainituksi yli kaksi kertaa useammin kuin seuraavaksi tavallisin hyvä puoli eli ajan tasalla pysyminen kavereiden tai tuttujen kuulumisista ja elämästä. Viime mainittu Facebookin tarjoama mahdollisuus mainittiin vastauksissa yhteensä yli 600 kertaa (15,5 % kaikista maininnoista). Selvästi muista erottuvaksi Facebookin vahvuudeksi nousee myös sen toimivuus sovelluksena; siihen viitattiin hyvänä puolena yli 300 kertaa (7,8 % maininnoista).

Nämä kolme seikkaa – *yhteys muihin ihmisiin, ajan tasalla pysyminen kavereiden kuulumisista ja palvelun tekninen toimivuus* – hallitsevat kokemuksia Facebookin hyvydestä niin vahvasti, että niihin nähden sivuston muiden hyvien puolten osuus jää hinteläksi. Kokonaismainintojen

määrässä Facebookin hyväksi puoliksi kuitenkin erottuvat myös *tapahtumien järjestämisen ja niistä tiedottamisen helpottuminen, omien kuulomisten kertominen ja kuvien jakaminen kavereille, viihdyttävyyden, tiedon saaminen tapahtumista sekä tapahtumakutsut*. Näistä kuhunkin viitataan vastauskokonaisuudessa yhteensä vajaat 200 kertaa. Näihin keskikastin hyviin puoliin voidaan lisäksi lukea hieman vähemmän kokonaismainintoja saava *ajan tasalla pysyminen uusista ilmiöistä, keskustelunaiheista ja uutisista*.

Loput Facebookin hyvät puolet jäävät lähinnä hajamaininnoiksi. Yli viisikymmentä mutta selvästi alle sata mainintaa keräävien hyvien puolten joukkoon lukeutuvat *Facebookin ilmaisuus tai halpuus, muiden kuvien katseleminen ja päivitysten lukeminen, verkostoituminen ja yhteisöllisyys, tapaamisista ja menoista sopiminen kavereiden kanssa, tiedon ja jutunjuuren välittäminen muille sekä toisten tekemisten tarkkailu tirkistely- tai stalkkausmielessä*.

Kahdestakymmenestä neljäänkymmeneen mainintaa vastaajilta keräävät *uusiin ihmisiin tutustuminen, Facebookin käyttö markkinointiin, yritystoimintaan tai aktivismiin, omien tunteiden ilmaiseminen, omien mielipiteiden julki tuominen ja yhteiskunnallinen keskustelu, kavereiden tai muiden ihmisten olo Facebookissa, neuvojen saaminen ja muu vertaistuki, Facebookin laaja-alaiset merkitykset sekä muiden muistaminen*.

Huomattakoon, että verkostoituminen ja yhteisöllisyys voitaisiin haluttaessa nähdä osaksi yhteyden kategoriaa, mikä vahvistaisi entisestään sen ylivoimaa Facebookin hyvänä puolena. Sekä verkostoitumisessa että yhteisöllisyydessä on kyse tietynlaisesta yhteyden luomisesta ja/tai yhteyksien ylläpitämisestä, ja vähintäänkin ne ovat toimintaa, joka perustuu ihmisten väliseen viestintään. Vastaavasti viittaus kavereiden tai muiden ihmisten olemiseen Facebookissa sisältää oletettavasti useinkin juuri yhteyksiin ryhtymisen ja niiden ylläpitämisen viestittelemällä. Näihin luokkiin kuitenkin sisällytettiin hyviä puolia eroteltaessa sellaiset maininnat, joissa yhteyden näkökulmaa ei tuoda julkilausutusti esiin ja jotka eivät myöskään sisällä suoria viitteitä siitä, että etualalla olisi nimenomaisesti yhteyden saaminen, ottaminen ja/tai pitäminen.

On tärkeää panna merkille, että 'yhteys' kaiken kaikkiaan saa vastauksissa monia vivahteita. Itse asiassa kyseessä on yksi tutkimuksen koko avovastausaineiston rikkaimmista merkitysulottuvuuksien ryppäistä. Siinä mistä

vastaajat puhuvat yhteytenä, erottuu muun muassa erilaisia vaiheita ja sävyjä, jotka ulottuvat viestinnällisten yhteyksien löytämisestä, saamisesta ja ottamisesta niiden ylläpitämiseen samalla kun näissä kaikissa koetaan tapahtuneen helpottumista, nopeutumista ja/tai tehostumista. Erityisesti korostuvat yhteyksiä ylläpitävän viestittelyn helpottuminen ja sen vaivattomuus kaukana olevien kavereiden tai tuttujen kanssa.

Kun Facebookin hyviä puolia lähestytään sen pohjalta, mitkä niistä tulevat mainituiksi vastauksissa ensimmäisinä tai ainoana, kärjessä säilyvät viestinnällisiin yhteyksiin, kavereiden asioista ja elämästä ajan tasalla pysymiseen sekä palvelun toimivuuteen liittyvä seikat. Lisäksi hyvien puolten keskittyminen näihin kolmeen on myös nyt vahvaa: yhteen laskien ne kattavat yli neljä viidesosaa (82,7 %) kaikista esiin tuoduista ainoista tai ensimaininnoista. Yhteyksiin liittyvät hyvät puolet vastaavat selvästi yli puolesta (57,7 %) Facebookin ensimmäisenä tai ainoana mainituista hyvistä puolista, kavereista ajan tasalla pysymisen kattaessa niistä 15,7 % ja palvelun toimivuuden 9,3 %.

Tämä tarkoittaa samalla sitä, että muita hyviä puolia nostetaan vastauksissa esiin ensimmäisenä tai ainoana lähinnä satunnaisesti. Näistä suurimpien osuus on prosentuaalisesti vajaasta prosentista runsaaseen puoleentoista prosenttiin. Kolmen kärjen jälkeen seuraavaksi eniten ensimainintoja saavat Facebookin viihdyttävyyden, tapahtumien järjestäminen ja niistä ilmoittelu sekä tiedon saaminen tapahtumista ja tapahtumakutsut, jotka kukin mainitaan ainoana tai ensimmäisenä kolmisenkymmentä kertaa. Omien kuulumisten kertominen ja kuvien jakaminen sekä ajan tasalla pysyminen uusista ilmiöistä, keskustelunaiheista tai uutisista saavat kumpikin hieman yli kaksikymmentä ensimainintaa.

Tiivistäen voikin todeta, että Facebookin kiistatta paras puoli käyttäjien kokemuksessa on sen anti ihmisten välisessä viestinnässä: viestintäyhteyden löytämisessä, avaamisessa ja/tai ylläpitämisessä yksilöiden välillä mutta myös ryhmäpohjaisesti. Tätä vahvistaa se, että 'yhteys' mainitaan huomattavan usein myös palvelun ainoana hyvänä puolena näiden mainintojen kattaessa yli kaksi viidesosaa (42,7 %) kaikista yhteysulottuvuuden ensimaininnoista.

Huomiota kiinnittää myös yhteyden ulottuvuutta ilmentävien hyvien puolten kiinteä nivoutuminen kahteen muuhun Facebookin käyttäjäkokemuksesta hallitsevaan hyvään puoleen. Vastauksissa, joissa nimetään yhteyden

lisäksi muita sivuston hyviä puolia, nimittäin tuodaan usein seuraavana esiin mahdollisuus ystävien, kavereiden tai (puoli)tuttujen kuulumisten ja elämän seuraamiseen. Ja kun ensimmäisenä hyvänä puolena mainitaan muiden kuulumisten/elämän seuraaminen, vanavedessä seuraa monesti yhteyden löytäminen, virittäminen tai ylläpitäminen. Edelleen, Facebookin hyvyys tai toimivuus palveluna liittyy huomattavan usein juuri sen ominaisuuksiin viestintäyhteyksien parantajana. Käyttäjien kokemuksessa kolme suurinta hyvien puolten ryhmää muodostavat toisin sanoen elimellisesti toisiinsa kiinnittyvien ja osin vastavuoroistenkin säikeiden kimpun.

### *Yhteyksien moninainen helppous*

Kun tarkastellaan lähemmin käyttäjäkokemuksessa selvästi parhaaksi nousevaa Facebookin puolta, päällimmäinen havainto on, että palvelu on helpottanut yhteyden luomista ja ylläpitämistä ennen muuta etäisiin ihmisiin – esimerkiksi sellaisiin tuttuihin, kavereihin, ystäviin tai sukulaisiin, jotka asuvat toisaalla tai jotka ovat jossakin vaiheessa kadonneet vastaajan ulottuvilta.<sup>36</sup> Facebookin koetaan siis auttaneen silloittamaan paitsi maantieteellisiä myös ajallisia ja muunlaisia välimatkoja sekä kokoamaan yhteydenpidon ulottuville nimenomaisesti ihmisiä, joihin vastaajilla on aiempi, mutta syystä tai toisesta etäiseksi käynyt tai katkennut yhteys. Kuten yksi vastaaja iloitsee, Facebookin ansiosta *kaikki maailman ystävät ovat lähellä* ja toinen huomauttaa, *varsinkin ulkomailla asuvat kaverit ovat nyt 'lähellä'*.

Selvästi pienempi osa vastaajista tuo esiin, että Facebookin hyvät puolet liittyvät parantuneisiin viestintä- ja vuorovaikutusmahdollisuuksiin sellaisten ystävien ja läheisten kavereiden kanssa, joita tavataan myös verkon ulkopuolella. Näissä tapauksissa palvelun koetaan rikastuttaneen sosiaalista elämää sekä lisäämällä ja helpottamalla että tiivistämällä ja syventämällä kanssakäymistä tai tuomalla kavereista esiin uusia puolia. Kiinnostava piirre Facebook-yhteydenpidossa läheisten kanssa on, että sen yhteydessä saatetaan viitata heidän 'tapaamiseensa' – luonnehdinta,

---

36 Uusiin ihmisiin tutustuminen sitä vastoin jää Facebookin hyvänä puolena vähäiseen asemaan. Se saa kourallisen ensimmäintoja, ja tuodaan esiin yhteensä nelisenkymmentä kertaa. Kuten monivalintavastausten yhteydessä kävi ilmi, harvat käyttäjät hyödyntävät Facebookia solmiakseen uusia tuttavuuksia.

jota ei juuri käytetä, kun puhe on yhteyksissä olemisesta itselle tuntemattomampien ihmisten kanssa.

Ominaisuus, joka liitetään toistuvasti Facebookin hyvyyteen yhteyksien saamisessa ja niiden ylläpitämisessä, on 'helppous'. Helppous saa vastauksissa monia merkityksiä, joiden skaala on laaja ulottuen välineen teknisestä kätevyydestä ja sen mahdollistamasta viestimisen vaivattomuudesta itse sosiaalisten suhteiden keveyteen ja jopa pinnallisuuteen.

Facebookin kautta on ensiksikin yksinkertaisesti helppo *pitää yhteyttä muihin – pitää yhteyttä ihmisiin – pitää yhteyttä välimatkoista huolimatta – olla yhteydessä ihmisiin, joiden kanssa työn, asuinpaikan jne. arkipäiväisen syyn takia ei voisi olla niin paljoa tekemisissä – pitää yhteyttä kaukana asuviin läheisiin sekä ihmiseen, jotka on kadottanut aikaisemmin elämässään – olla yhteyksissä ihmisiin, joita ei tapaa päivittäin tai edes kuukausittain.*

Samalla Facebook on tehnyt mahdolliseksi ihmisten ja yhteyksien aiempaa helpomman säilömisestä, sen, että *pysyy yhteys yllä (tai ainakin mahdollisuus yhteyteen) sellaisiinkin ihmisiin, joiden kanssa yhteys saattaisi muuten kadota tai että kaverit 'pysyvät koossa' – kaverit eivät huku vuosienkaan kuluessa kuten ennen (jos ei oltu oltu pitkään aikaan yhteydessä) – pitää ja säilyttää yhteys eri puolilla Suomea ja maailmaa asuviin ystäviin – Suuri osa tuntemistani ihmisistä on samassa paikassa, ei tarvitse pitää kirjaa kaikkien osoitteista ja puhelinnumeroista.*

Facebookin helppoudessa onkin osaltaan kyse siitä, että sivuston myötä yhteyksien hallinnointi on muuttunut aiempaa selvästi näppärämmäksi. Facebook *pitää 'osoitekirjan' ajantasalla – Voi tarkistaa yhteystiedot; nimen muistaa sähköpostiosoitetta helpommin – Ei tarvitse muistaa tuttujen sähköpostiosoitteita – Yhteydenottoon riittää nimi, ei tarvitse tietää puhelinnumeroa tai eemeliosoitetta.*

Yksi yhteyksien pitämisen tekniseen helppouteen liittyvä Facebookin hyvä puoli on, että se mahdollistaa yhteyden ottamisen ja viestittelyn monen ihmisen kanssa yhdellä kertaa ja samalla vaivalla. Se on *helppo keino saada useisiin ihmisiin yhteys – Mahdollistaa viestien lähettämisen monelle ihmiselle samalla kertaa – Helppo tapa pitää yhteyttä useaan ihmiseen samanaikaisesti – Helppo pitää yhteyttä useisiin kavereihin kerralla esim. inbox-viestien avulla – helppo ja hauska tapa pysyä yhteydessä monen ihmisen kanssa – helppo viestiä usealle yhtä aikaa.*

Facebook on edelleen tehnyt uudella tavalla helpoksi – itse asias-  
sa mahdollistanut – vanhojen, ystävien ja tuttujen ja vaikkapa entisten  
koulukavereiden löytämisen ja yhteyden solmimisen heihin uudelleen.  
Tällainen yhteyden saaminen 'kadonneisiin' tuttaviiin tuottaa joillekin  
vastaajista erityistä mielihyvää: *jopa lapsuudenkaveritkin löytyy. Mukava  
pitää yhteyttä heihin, varsinkin sellaisten joiden kanssa on tiet eronneet  
vuosien varrella – Paljon vanhoja tuttuja parinkymmenen vuoden takaa-  
kin löytynyt, jopa ihan lapsuuden ystäviä. mukavaa – On mukavaa saa-  
da yhteys kauan sitten tapaamiini henkilöihin, joiden kanssa en ole ollut  
aikoihin yhteydessä – Kiva ollut löytää ihmisiä, joiden kanssa ei ole ollut  
tekemisissä vuosiin - tai jopa kaukaisempia serkkuja, joihin ei ole pitänyt  
yhteyttä – 'Löytää' vanhoja ystäviä. On aivan ihanaa olla taas yhteydessä  
ala-aste-kavereiden kanssa.*

Muihin välineisiin, kuten puhelimeen tai sähköpostiin verrattuna  
Facebook on helpottanut yhteyden luomista myös puolittuihin ja jos-  
kus, joskin harvoin, jopa tuntemattomiin. Palvelun kautta on *helpompi  
lähestyä ihmisiä, jotka ovat syystä tai toisesta jääneet etäisemmiksi, ja  
se on madaltanut kynnystä ottaa yhteyttä ihmisiin (ihan tuntemattomiin  
sekä puolittuihin) – pienentää kynnystä ottaa yhteyttä ihmisiin, joiden  
kanssa ei normaalisti pidä paljoakaan yhteyttä.*

Tässä yhteydessä voi huomata, että Facebookin hyvänä puolena  
pidetään nimenomaisesti itselle tarjoutuvaa mahdollisuutta palauttaa ja  
solmia yhteyksiä. Tämä seikkahan nousi esiin myös kerrottaessa sivustolle  
liittymisen syistä. Vain parissa vastauksessa palvelun hyvänä puolena mai-  
nitaan se, että *tutut löytävät sinut.*

Facebookin tekniset ominaisuudet ja sen tarjoamat toiminnallisuu-  
det edesauttavat ja ruokkivat paitsi yhteyksien piirin laajentumista myös  
sitä, että yhteyksien pitäminen vilkastuu, sillä palvelun kautta on *helpo  
pitää yhteyttä kavereihin vaikka vain lyhyesti kommentoimalla.* Tai kuten  
yksi vastaaja katsoo, Facebook suorastaan *rohkaisee pitämään kontaktia  
ihmisiin, reagoimalla näiden tekemisiin, ja toinen huomauttaa, jokin tila-  
tieto tai muu saa ottamaan yhteyttä.* Muutamat vastaajat luonnehtivat  
Facebook-toimintojen suhdetta niin yhteyksien piirin laajentumiseen kuin  
yhteydenpidon lisääntymiseenkin hieman monisanaisemmin:

*Uudenlainen mahdollisuus löytää ihmisiä, joista et ole kuullut  
vuosiin mitään (esim. vanhat luokkakaverit, sukulaiset) ja joihin  
et välttämättä ottaisi yhteyttä esim. puhelimitse, koska 'ei ole*



*mitään asiaa'. Sopii hyvin suomalaisille, kaveriksi pyytämiseen tarvitaan vain klikkaus ilman kummempia perusteluja.*

*Facebookissa kynnys pitää yhteyttä kaukaisempiinkin kavereihin ja tuttaviihin on hyvin matala. Ei tarvitse väkisin keksiä asiaa, koska usein jo pelkkä 'likes'-nappulan painaminen ja pieni kommentti tilapäiväilykseen tai kuvaan riittää huomionosoitukseksi.*

Kaiken kaikkiaan kokemukset Facebookin erinomaisuudesta yhteyksien (uudelleen) solmimisesta ja niiden ylläpitämisessä ilmentävät, että sivusto rakentaa uudenlaista, teknologisesti välittyntä kanssakäymisen piiriä, joka olisi ilman sitä (ja muita verkon sosiaalisen median alustoja) olemassa vain potentiaalisesti. Tämä 'virtapiiri' toimii sekä viestintäsuhteiden että viestimisen määrän lisääntymisen logiikalla. Yhteyttä tulee helposti otetuksi ja pidetyksi moniin ja monenlaisiin ihmisiin – sellaisiin joihin ei muuten tulisi pidettyä yhteyttä – yhteydenpito sellaisiin ihmisiin, joihin ei muuten pitäisi yhteyttä (ainakaan näin usein) – Helppo pitää yhteyttä tuttuihin, joille ei ehkä tulisi kovin usein soiteltua – Saan pidettyä yhteyttä sellaisiin ihmisiin, joille en soittaisi/kirjoittaisi – ehkä 85 % on sellaisia, joiden kanssa en välttämättä olisi muutoin tekemisissä. Mm. yhteydenpito kaukaisimpiin sukulaisiin on fb:n myötä tullut joka päiväiseksi. Ennen nähtiin vain hautajaisissa – pystyy pitämään yhteyksiä joita ei muuten tulisi pidettyä – Pitää yhteyttä sellaisiin, joihin ei muuten pitäisi – Sitä kautta pidän yhteyttä tuttuihin, joille en koskaan soittaisi – Pidän yhteyttä ihmisiin, joiden kanssa en muuten pitäisi yhteyttä. Soittaminen tai vastaava ei tunnu luontevalta, mutta yhteydenpito heidän kanssaan on mukavaa – Yhteydenpito puolittutuihinkin on ihanaa.

Missä Facebook on tehnyt vaivattomaksi löytää ja palauttaa yhteyksiä, siinä myös solmiutuvia yhteyksiä tuntuu usein luonnehtivan helppous sikäli, että viestittely sivustolla koetaan itsessään keveäksi. Facebook on 'kepeä' yhteydenpitotapa verrattuna esimerkiksi sähköpostien vaihtoon – 'kevyt' tapa pitää yhteyttä hyvänpäiväntuttuihin tai ihmisiin, joille ei välttämättä soittelisi – Vaivaton tapa pitää pintapuolista yhteyttä – keskustelun 'kevyt' taso – vähän kuin sanoisi 'heiippa' sen sijaan että vuodattaisi sydämensä... Jättää sähköpostin 'vakavaan' yhteydenpitoon – Todella mukava ja helppo tapa pitää yllä ainakin kevyitä yhteyksiä ikivanhoihinkin tuttuihin – Kevyen yhteyden pitäminen ihmisiin, joiden kanssa pidän muuten hyvin vähän yhteyttä – kivan helppo sosiaalisuus: kontakti ihmisiin,

*joihin ei muuten tulisi (vaivalloisemmin tai suurielaisemmin) otettua (niin usein) yhteyttä.*

Jotkut vastaajat korostavat Facebook-yhteydenpidon hyvänä puolena erityisesti sitä, että viestittely palvelussa ei vaadi itseltä sitoutumista tai juurikaan vaivannäköä: *helppoa yhteydenpitoa silloin kun itselle sopii – Yhteydenpito ilman velvoitteita – Yhteyttä voi pitää kevyesti ja helposti ilman suurta ponnistelua – Yhteydenpito ei ole niin raskasta, kun aina ei tarvitse lähteä kertaamaan asioitaan ‘Aatamin ajoista’ saakka. Pidän yhteydenpidon keveydestä. Sitten kun tapaa ihmisiä kasvokkain, asioista voidaan puhua syvällisemmin – Kevyt, mihinkään pakottamaton yhteys sellaisiin tuttuihin joihin ei muuten olisi minkäänlaista kontaktia. Nyt voi vähällä vaivalla kysellä kuulumisia ilman turhia kahvittelulupauksia – Pystyy pitämään yhteyttä kavereihin ilman omaa vaivannäköä, ei siis tarvitse ottaa yhteyttä kehenkään, vaan voi lukea sen, mitä he jakavat – yhteydenpidon helppous ilman, että tarvii kirjoitella kenenkään kanssa. Kuvien ja statusten seurailu riittää.*

Kuten kaksi viimeistä poimintaa havainnollistavat, vastaajat saattavat puhua yhteydenpidosta myös silloin, kun edes ‘kevytsosiaalista’ kanssakäymistä toisten kanssa ei varsinaisesti näyttäisi olevan, vaan toisten tekemisiä vain seurataan. Tällaisia tapauksia löytyy enemmänkin: *helppo pitää yhteyttä ja pysyä ihmisten elämässä mukana, vaikka ei muuten olisi aktiivisessa yhteydessä – ystäviin, kavereihin ja tuttuihin on helppo pitää yhteyttä myös passiivisesti – Fb:ssä voi myös ‘passiivisesti’ ‘vaihtaa’ kuulumisia – Yhteydenpito on helpompaa, koska se tapahtuu passiivisesti. Näkee ilman kysymistäkin, mitä ihmiset tekevät – On paljon sellaisia tuttuja ja kavereita joita ei oikeasti välitä niin hirveästi tavata, mutta kuitenkin on ihan kiva että jokin kontakti säilyy. Samaten on helppo muistuttaa kavereita ja tuttuja siitä että hei oon vielä olemassa, vaikka ei jaksa kylillä heilua ja tavata ketään – Vanhojen tuttujen kanssa kommunikointi on myös helpompaa, kun ei ole pakko olla jatkuvasti tekemisissä.*

Tietyssä mielessä Facebookin yksi hyvä puoli näyttäisikin olevan, kuten yksi vastaaja hieman pidemmälle mennen asian kiteyttää, sen tarjoama *mahdollisuus epäsosiaaliseen yhteydenpitoon.*

Yhteydenpidon mahdollisuuksia koskevat luonnehdinnat piirtävät Facebookista kaiken kaikkiaan kuvaa palveluna, joka vastaa tiettyyn inhimilliseen perustarpeeseen eli kuten yksi vastaaja muotoilee, haluan

*vieraila tyydyttämässä 'sosiaalista nälkää'. Facebookin kautta yhteydessä oleminen tai ainakin sen tarjoama yhteyden kokeminen muihin ihmisiin toisin sanoen tuottaa tyydyttävän tunteen yhteisön tai ryhmän jäsenyydestä tai yleisemmin tunnun sosiaalisesta olemassaolosta. Joissakin vastauksissa tämä lausutaan selväsanaisesti julki: Facebook antaa vahvan tunteen johonkin joukkoon kuulumisesta. Lieventää ajoittaista yksinäisyyttä – FB:ssa tuntee kuuluvansa johonkin yhteisöön – Facebookin avulla tuntee olevansa osa suurempaa yhteisöä – Tulee tunne, että ympärillä on ihmisiä. Varsinkin kun opiskelu on niin yksinäistä – Parhaassa tapauksessa Facebook lievittää myös yksinäisyyttä – tunne läsnäolosta kavereiden arjessa – Kaltaiselleni epäsosiaaliselle, mutta jotain kosketusta muihin ihmisiin kaipaavalle ihmiselle loistava apuväline – Aivan kuin olisi kavereiden kanssa tekemisissä vaikka on yksin ja onneton.*

Tällaiset tuntemukset kutsuvat esiin rinnastuksen osallisuudesta mediavälitteisiin 'kuviteltuihin yhteisöihin' – kokemuksen, jonka joukkoviestintätutkijat ovat liittäneet jo sanomalehteen ja sittemmin esimerkiksi tiettyjen suosittujen televisio-ohjelmien – kuten uutisten tai saippuasarjojen – seuraamiseen (ks. esim. Tocqueville [1835, 1840] 2007; Pietilä 1997, 60–65; Cardiff & Scannell 1987; Dayan & Katz 1992). Oma kiinnostava kysymyksensä tältä osin koskee sitä, miten nämä kaksi mediateknologisesti välittyneen yhteisökokemuksen muotoa yhtenevät ja toisalta eroavat toisistaan.

### *Ajan tasalla muiden kuulumisista*

Osassa Facebookin mahdollistamia viestinnällisiä yhteyksiä näyttäisi siis olevan kyse yhteydessä olemisen ja sosiaalisen kuulumisen tunnusta vailla varsinaista yhteydenpitoa muihin ihmisiin. Tällaisissa tapauksissa tärkeäksi nousee pikemminkin muiden ihmisten kuulumisten, tekemisten tai ajatusten 'tietäminen' kuin ainakaan sen vastavuoroisempi kontakti heihin. Muutamat vastaajat toteavatkin suoraan, että Facebookin avulla tietää mitä nykyiset ystävät tekevät vaikkei heihin pidä aktiivisesti yhteyttä tai voi tietää mitä ihmisille kuuluu, vaikka ei 'pitäisi yhteyttä'.

Erityisen havainnollisesti tilanteeseen sisältyvän tietyn paradoksaalisuuden ilmaisee seuraava vastaaja: *pystyy pitämään yhteyttä kavereihin ja seuraamaan mitä heille kuuluu ilman että tarvitsee olla sen suuremmin yhteydessä. Toisaalta joillekuille muiden asioista ja elämästä tietäminen*

tuntuu tuottavan – jälleen joukkoviestintätutkimuksen piirissäkin tunnistettua – parasosiaalisuuden kokemusta, jossa on kyse omanlaisesta mediavälitteisen sosiaalisen yhteyden muodosta (Horton & Wohl 1956; Handelman 2003). Kuten yksi vastaaja asian muotoilee, *tiedän enemmän ihmisten elämästä joihin muuten en olisi yhteydessä ja koen siten osallistuvani heidän elämäänsä*. Tai kuten toinen toteaa: *näkee mitä kavereille kuuluu. Kavereiden elämä tuntuu läheisemmältä ja kaverit tulevat enemmän 'iholle'*.

Mainintoja, joissa nousee esiin Facebookin mahdollistama passiivinen tai jopa yhteydenpidoton yhteys voitaisiin tulkita myös niin, että niissä on vähintäänkin epäsuorasti jo esillä yhteydenpidosta erillinen sivuston hyvä puoli – nimittäin pysyminen ajan tasalla toisten ihmisten kuulumisista, tekemisistä, arjesta tai elämästä. Kuten luvun alussa kävi ilmi, tämä Facebookin tarjoama mahdollisuus nousee käyttäjien kokemuksissa sivuston toiseksi parhaaksi puoleksi. Samalla yhteydenpito ja muiden kuulumisten seuraaminen myös nivoutuvat läheisesti toisiinsa, mistä kielii se, että yhteydenpidon ensimmäisenä mainitsevilla vastauksissa nimetään usein seuraavaksi hyväksi puoleksi ystävien, kavereiden tai tuttujen kuulumisista perillä pysyminen. Vastaavasti yhteydenpito on monesti toisena mainittu hyvä puoli silloin, kun ensimmäiseksi nimetään muiden kuulumisten seuraaminen.

Usein yhteyksien pitäminen ja toisten elämän seuraaminen liittyvät toisiinsa yhtä kiinteästi kuin muiden ihmisten puhe ja oma uteliaisuus Facebookiin liittymisen syissä. Tämän voi havaita seuraavista esimerkeistä, joissa yhteydenpito mainitaan ensin: *Yhteydenpito kavereihin ja ystäviin. Pystyy helposti katsomaan, mitä heille 'kuuluu' – Saa helposti yhteyden kavereihin, tietää mitä kaveripiirissä tapahtuu – Voi pitää helposti yhteyttä kavereihin ja nähdä heidän kuulumisiaan – Sen kautta on palautunut jonkinlainen yhteys ihmisiin jotka muuten olisivat painuneet täysin unholaan. Kiva katsella kommentteja ja kuvien muodossa mitä jollekin ennen kovinkin läheiselle ihmiselle nykyään kuuluu – Pienimuotoinen yhteydenpito kaukaisempiinkin ystäviin (kuvista ja statuksista pysyy vähän perillä, millaisessa elämäntilanteessa ihmiset ovat) – pysyy yhteydessä kavereihin ja tietää mitä heille kuuluu*.

Ja asetelma toisinpäin eli kun muiden seuraaminen mainitaan ensin, ja yhteydenpito seuraa vanavedessä: *On mukava nähdä tuttujen kuulumisia heidän päivityksistään. Helpoaa ja hauskaa yhteydenpitoa – Näkee*

*ihmisten fiiliksen ja sijainnin, voi olla helposti yhteyksissä heihin – Näkee nopeasti mitä kavereille kuuluu ja voi olla lyhyesti yhteydessä heihin – Näkee mitä ihmiset tekevät ja on helppo ottaa yhteyttä.*

Kun toisten kuulumisten, arjen ja/tai elämän seuraamista ja niiden tasalla pysymistä tarkastellaan omana Facebookin hyvänä puolenaan lähemmin, on alkajaisiksi kiinnostavaa panna merkille, millä sanoilla vastaajat asiaa luonnehtivat. Kuvaavien verbien kirjo ulottuu tietämisestä ja sen muunnelmista seuraamiseen, näkemiseen, kuulemiseen ja lukemiseen. Harvimminkin vastaajat viittaavat kahteen viime mainittuun, ja tavallista on puhua 'tietämisestä' tai 'näkemisestä'; myös 'seuraamiseen' viitataan usein.

Selvästi yleisimmin viitataan kavereiden ja ystävien kuulumisista, tekemisistä ja joskus myös ajatuksista tai tunnoista 'tietämiseen', jonka muunnelmiksi voi tulkita myös niistä 'kärryillä', 'perillä', 'ajan tasalla' tai 'selvillä pysymisen'. Seuraavat esimerkit havainnollistavat toisten kuulumisista 'tietämisen' terminologista kirjoa: *Tietää, mitä kavereille ja vähän kaukaisemmillekin kuuluu. 'Tiedän. Luin Facebookista' – Sen kautta saa tietää myös vähemmän läheisten kavereiden kuulumisista ja ehkä oppii myös jotain uutta heidän elämästään ja mielenkiinnon kohteista – FB:n kautta saan myös helposti (vaikkakaan en kaiken kattavasti) tietoa tuttavieni elämästä – Tietää mitä on meneillä milloinkin; mitä tutut tekevät, ajattelevat, kuka seurustelee kenenkin kanssa, kuka tuntee kenetkin – tiedän, missä lähipiiri menee, mitä kuuluu, mitä puuhailevat – Pysyy kärryillä ystävien ja tuttujen elämänmenosta – Pysyy usein paremmin kärryillä mitä sellaisille puolitutuille ihmisille ja sukulaisille kuuluu jos on jotain isoja tapahtumia sattunut – Kaukaisempienkin ystävien elämästä voi pysyä jotenkin kärryillä, jos he päivittävät statuksiaan aktiivisesti – profilistatuksia seuraamalla pysyy hyvin perillä, mitä tuttava- ja ystäväpiirissä tapahtuu – Pysyy selvillä ystävien tekemisistä paremmin – pysyy ajan tasalla muiden kuulumisista – pysyy ajan tasalla ystävien/kavereiden mielenliikkeissä – Pysyn ajan tasalla asioista, mitä kaverit tekevät ja mitä aikovat.*

Toinen tavallinen tapa viitata ajan tasalla pysymiseen muiden kuulumisista ja elämästä on puhua niiden 'näkemisestä'. Visuaalisen kielikuvan käyttö on tässä yhteydessä kiinnostavaa, sillä kyse ei välttämättä – eikä julkilausutusti itse asiassa kovinkaan usein – ole esimerkiksi toisten kuvien katselusta. Kielikuvaa käytettäessä on pikemminkin kyse siitä, että

tuttujen, kavereiden ja ystävien asioita, kuulumisia tai elämää on mahdollista seurata Facebookin tilassa ulkopuolisen katsojan positioista. Metafora tuottaa asetelman, joka rinnastuu toimintana (media)esitysten vastaanottamiseen. Erona ja erityisyytenä on, että joukkoviestinnän seuraamisesta poiketen yleisöhuomion kohteena ovat nyt kaverit, tutut ja puolitutut päähenkilöinä oman arkensa esityksissä. Seuraavat poiminnat havainnollistavat muiden kuulumisten ja/tai elämän 'näkemistä' katsovana yleisönä: *'näkee' mitä kaverit tekee (statuspäivitykset, kuvat...)* – *Tilapäivityksistä näen mitä ystäväni tekevät* – *Näkee heti kaverien kuulumiset ja iltojen riennot* – *Sieltä näkee, mitä vanhoille tutuille kuuluu* – *Kavereiden kuulumiset näkee yhdellä vilkaisulla* – *Näkee mitä lähipiiri tekee ja ajattelee* – *Näkee mitä vanhat tutut tekevät nykyään, ovatko he naimisissa/onko heillä puolisoa, miltä he näyttävät nykyään, vieläkö he harrastavat jotain samaa kuin ennen jne.* – *ulkomaisiin ystäviin on helppo pitää yhteyttä, heidän arki näkyy FB:ssä* – *Näen mitä muut tekevät elämässään: mitä ihmiset joita en ole nähnyt vuosiin tekevät nykyään ja samoin mitä kauempana asuvat ystäväni tekevät.*

Tai kuten seuraava vastaaja mediayleisöydelle rinnasteiseen positioon asettumista hieman monisanaisemmin havainnollistaa:

*Näkee mitä kavereille kuuluu yhdellä silmäyksellä. Tietää mitä tapahtumia myös puolitutuille tapahtuu, tyyliin kuka saa lapsia, kuka menee naimisiin, kuka muuttaa ja minne ja kuka eroaa... Vähän kuin lukis iltasanomia mut kyseessä on oikeat ihmiset jotka minä tunnen eikä jotkut julkkkiset.*

'Tietämistä' ja 'näkemistä' selvästi harvemmin, mutta silti melko usein vastauksissa viitataan muiden kuulumisten ja elämän 'seuraamiseen' – ja tällöinkin tavalla, jossa asetutaan kuin television pitkäkestoisen päivittäisarjan yleisöksi: *Voi seurata toisella paikkakunnalla tai eri maissa asuvien tuttavien edesottamuksia* – *Voi seurata sellaistaenkin ihmisten elämää joita ei näe kovin usein (esim. ulkomailla asuvat)* – *Pystyy seuraamaan vanhempienkin kavereiden tapahtumia ja kuulumisia* – *sen kautta on mielenkiintoista seurata ihmisten elämää ja heidän asenteitaan (esim. mihin ryhmään liittyy, millaisia asioita julkaisee ja kommentoi...)* – *Valokuvat, joista seurata mitä muille kuuluu* – *voi seurata paremmin melkein reaaliajassa ystävien elämää* – *on kiva seurata tilapäivitysten kautta mitä ihmisille kuuluu, vaikka heidän kanssaan ei juttelisikaan* – *vähän etäisempien tuttujen elämän kehitystä on hauska seurata - esimerkiksi, mihin jokin*

*ala-astekaveri on päätynyt, mitä opiskelee jne. – Helppo (...) seurata läheisten ihmisten kuulumisia kuten lasten kasvua. :) – On hauska seurata ihmisten elämiä.*

Huomattakoon, että kuulumisten vastavuoroisuuteen viitataan sangen harvoin, mikä vahvistaa vaikutelmaa 'mediayleisöksi' asettumisesta. Joukossa on kuitenkin myös vastauksia, joissa käytetään sen tapaisia kaksoismuotoiluja kuin että *näkee mitä kaverit on tehny ja voi kertoo mitä ite on tehny – Kuulee mitä ystäville kuuluu ja voi helposti kertoa omista pikkutekemisistä – Voi lukea kavereiden kuulumisia ja kirjoitella omiaan.*

Lisäksi pieni joukko vastaajia nostaa Facebookin hyvänä puolena esiin sen, että palvelu mahdollistaa (puoli)tuttujen, kavereiden ja/tai ystävien asioiden, tekemisten tai yleisemmin elämän seuraamisen nimenomaisesti tarkkailun tai oman uteliaisuuden tyydyttämisen mielessä. Parikymmentä vastaajaa tuo tämän mahdollisuuden esiin ensimmäisenä hyvänä puolena, ja kaikkiaan se mainitaan vastauksissa kuutisenkymmentä kertaa. Toimintaa kuvailevien verbien kirjo pitää sisällään toisten 'tirkistelyn', 'urkinnan', 'vakoilun', 'kyläilyn', 'kyttämisen' ja 'stalkkaamisen'. Hymiötä käyttämällä osa vastaajista tuo esiin olevansa tietoinen tällaisen toiminnan kulttuurisesta epäkorrektiudesta. Seuraavat poiminnat havainnollistavat tätä muiden seuraamista, jota voisi kuvata – vähemmän mairittelevasti – salakähmäisen yleisön asemaan asettumiseksi: *voi 'salakatsella' kavereiden ja sukulaisten päivityksistä mitä heidän elämänsä kuuluu. :) – Saa tirkistellä luvan kanssa – 'tirkistelen' sellaisten ihmisten elämää, jotka ovat kiinnostavia, mutta eivät niin kiinnostavia, että jaksaisin heidän kanssaan 'aitoa' ihmissuhdetta – Helppo tapa (...) urkkia vanhojen tuttujen nykyisiä naamatauluja ja ehkä vähän elämäntilannettakin – saa nuuskittua ihmisten asioita helposti :D ja ihan läheistenkin ihmisten kuulumisia helposti tietoon – Voi koko ajan 'vakoilla', mitä muut tekevät – Ystäviä on kätevä vakoilla – pystyy kyläilyyn ihmisiä – kyläys, oppii tuntemaan ihmisiä uudella tavalla – voi kyttäillä ihmisiä – no voi stalkkaa kaikkia kavruja – ihmisiä on helppo 'stalkata' ;)* – *Hauska stalkata tuttuja – kiva stalkata ihmisiä – Tuttuja ja puolittutuja on kiinnostavaa stalkata.*

### **Facebookin toimivuus palveluna**

Kuten aiemmassa yhteydessä nousi jo esiin, mainintoja, joissa Facebookin parhaana puolena pidetään yhteydenpidon helpottumista, saattaa

säestää maininta Facebookin toimivuudesta palveluna. Vastauksista erotuu kuitenkin myös omana ulottuvuutenaan se, että Facebookin koetaan olevan hyvä nimenomaisesti palveluna ja/tai sovelluksena. Korostettaessa Facebookin tätä puolta ei asetuta sen enempää yhteydenpidon osapuolen kuin muiden esityksiä seuraavan yleisönkään asemaan, vaan sivuston hyvyttä arvioidaan ensisijaisesti palvelun käyttäjänä.

Tästä käyttäjäpositiosta Facebookin hyvyys rakentuu muutamista keskeistä seikoista. Niistä yhtenä nousee esiin se, että sivusto kerää laajalti ihmisiä, mihin liittyy sen 'tavoittavuus', 'yleisyys', 'kattavuus' ja 'maailmanlaajuinen suosio'. Hyvänä pidetään sitä, että Facebook kokoaa globaalisti tai yleismaailmallisesti *paljon väkeä*, ja se on saanut *liikkeelle uskomattoman määrän ihmisiä*, myös ns. *taviksia*. Lisäksi Facebookin maailmanlaajuisen tavoittavuuden yhteydessä mainitaan toistuvasti palvelun 'nopeus', 'reaaliaikaisuus' ja 'ajantasaisuus'.

Facebookin helppokäyttöisyys tai käytön yksinkertaisuus korostuu niin ikään, ja jotkut vastaajista toteavat, että sivuston käyttöliittymä on 'yksinkertainen', 'hyvin suunniteltu' ja 'selkeä', 'käyttö on helppo oppia' ja 'tekniikka toimii'. Parissa vastauksessa viitataan lisäksi Facebookin 'siistiin ulkonäköön' tai sen 'kivaan ulkomuotoon'. Myös palvelun jatkuva kehittäminen saa muutaman myönteisen maininnan.

Kiitosta saa edelleen Facebookin toimintojen monipuolisuus: *Kaikki tarpeelliset ominaisuudet tuntuvat löytyvän – monia eri toimintoja, chat, 'sähköposti', seinä, sovelluksia ym. – monta palvelua 'yhden katon' alla, chat, meili, kuvat jne. – paljon mielenkiintoisia sovellutuksia, pelejä – monia asioita saatavilla; chat, viestit, kuvien lataaminen; Pelejä, tapahtumia, sivustoja – monipuolinen (kuvat, kommentit, viestinjättö, eri ryhmät ja fanisivut jne).*

Monissa vastauksissa mainitaan palvelun hyvänä puolena sen muokattavuus. Yhtäältä tämä liittyy siihen, että esimerkiksi Newsfeed-näkymästä voi sulkea pelit pois tai että käyttäjä pystyy rajaamaan muiden statuspäivitysten näkymistä itselleen. Useammin kuitenkin esiin nostetaan se, että palvelun yksityisyysasetuksia on mahdollista säätää ja tällä tavoin hallinnoida omia yhteyksiä sekä eritoten rajata omaa näkymistään muille: *kaveriryhmittelyn avulla voi valita, kenen kanssa jakaa enemmän ja kenen kanssa vähemmän – voi lähettää viestejä, joita muut eivät voi lukea – yksityisyysasetukset; voit määrittää, ketkä näkevät ja mitä – Hienoa*



*on myös mahdollisuus rajata eri tietojen jakaminen eri ryhmille eri lailla – joka asialle pystyy määrittämään yksityisyysasetukset – Voi itse määrittellä, ketkä näkevät oman profiilin – Näkyvyyttä voi säädellä aika hyvin – Kaikki eivät näe päivityksiäsi ym. vaan voi itse valita kaverit – Hyvä ja valikoitavissa oleva näkyvyys – tietojen näkyvyyttä on helppo säädellä – yksityisyysasetusten joustavuus, muokattavuus – yksityisyyden rajaamisen tarkat mahdollisuudet – Saat itse päättää mitä sivuillasi näkyy – Yksityisasetusten myötä on hyvä muokata sitä, kuka näkee mitään profiilissasi ja muitakin juttuja.*

Hajamainintoja Facebookin hyvistä ominaisuuksista palveluna saa se, että sivustolla on lähtökohtana ja ideana käyttäjien esiintyminen omalla nimellä. Lisäksi Facebookin hyvyys tai toimivuus palveluna saa vastauksissa usein seurakseen maininnan palvelun ilmaisuudesta tai halpuudesta.

Merkille voi vielä panna, että vastaukset, joissa nostetaan Facebookin hyvänä puolena esiin sen toimivuus palveluna, muistuttavat käyttäjäpalautetta usein myös tyyliltään. Lyhyen toteavat tai luettelonomaiset muotoilut poikkeavat esimerkiksi yhteismahdollisuuksista kertomisesta, johon sisältyy paikoin jopa hehuttavaa otetta.

## ***Viihdyttävä Facebook***

Facebookin hyvien puolten kärkikolmikkoa seuraavassa, jo huomattavasti vähemmän mainintoja saavassa keskikastissa erottuvat ensimainintojen perusteella lähes saman suuruisina palvelun viihdyttävyys, tapahtumien järjestämisen ja niistä ilmoittelun helppous sekä tiedon välittyminen tapahtumista ja tapahtumakutsut. Hieman näitä vähemmän mainintoja saavat omien kuulumisten kertominen ja/tai kuvien jakaminen sekä ajan tasalla pysyminen uusista ilmiöistä, keskustelunaiheista ja uutisista. On syytä muistaa, että valtaosa kaikkien keskikastin hyvien puolten saamista maininnoista on siis muita kuin ensimainintoja eli kyse on vastauksissa toisena tai jopa vasta kolmantena esiin nostetuista Facebookin hyvistä puolista.

Facebookin viihdyttävyys koostuu vastaajien kokemuksissa ennen muuta kolmenlaisesta seikasta: ensiksikin palvelu tarjoaa ylimalkaan viihdyttävän tavan kuluttaa aikaa. Toiseksi sanallinen vuorovaikutus muiden käyttäjien kanssa Facebookissa koetaan viihdyttäväksi ja/tai muiden tilapäivitykset

tuottavat erityistä huvia. Kolmas viihdytyksen lähde ovat Facebookin tarjoamat pelit ja muut sovellukset. Joukossa on myös jonkin verran vastauksia, joissa todetaan lakonisesti, että Facebook on *viihdykettä – Viihdettä – viihdyttävä – Hauskaa viihdettä*. Facebookin yleistä viihdyttävyyttä luonnehditaan akselilla, jonka jänne ulottuu ajan viettämisestä rentoutumiseen: *Ajanvietettä – ajanviete – Ajanvietteestä käy – mukava ajanviettotapa – kiva ajankäyttötapa – hauskaa ajanvietettä – rentoutus – Helppoa aivojen nollausta – hyvä tapa nollata*.

Ajankuluna Facebook torjuu ja lievittää pitkästymistä sekä tarjoaa viihdyttävää tekemistä tyhjiin tai tylsyyden täyttämiin hetkiin. Se on *hyvä paikka ajan tappamiseen, jos on tylsää – Facebook on myös hyvä tapa tappaa aikaa – jos ei muuta tekemistä ole niin voi surffailla Facebookin sivuilla – Jos ei ole tekemistä, saa ajan kulumaan kun on Facebookissa – Ajantappaminen ja huvitus – Myös hauska hoito tekemisen puutteeseen*.

Osalle vastaajista Facebook tarjoaa rattoisia tai virkistäviä hengähdyshetkiä keskellä työpäivää tai rentoutusta sellaisen päätteeksi: *Kun istuu koneella koko päivän, on helppo pitää pieniä piristäviä taukoja käymällä Facebookissa – pääsee katkaisemaan työt pariiksi minuutiksi aina välillä – Antaa pikku taukoja työskentelyyn – Yksinäisessä päätetyössä kiva kahvitauko – leppoisa ajanvietettä, joka ei vaadi älyllisiä ponnisteluja rankan työpäivän päätteeksi*.

Merkittävä puoli Facebookin viihdyttävyyttä liittyy palvelun koettuun hauskuuteen ja humoristisuuteen. Ne taas kumpuavat usein kavereiden kielenkäytön nokkeluudesta ja/tai sanallisesta iloittelusta heidän kanssaan. Monet tuovat huvituksen tai hauskutuksen kokemukset esiin yleisesti muotoillen: *Hauskuus, vitsit – Facebook-huumori – Hauskaa sanaleikkiä välillä – Humoristiset kommentit saavat hyvälle tuulelle – Huumori yleensäkin kukkii ainakin minun facebook kavereiden kesken melko kirkkaana ja se on ihan mukava piriste – kaverien ja tuttujen – sekä tuntemattomien kanssa hassuttelu on useimmiten hauskaa – Saa toisinaan mukavia nauruja ihmisten luovuudesta!! – Höpötys on hauskaa ja joku joskus oivaltaa jotakin oikeastikin napakkaa – Loistava tapa viljellä verbaalista huumoria ystävien kanssa*.

Osa kiinnittää hauskuuden ja viihtymisen selvemmin tiettyihin Facebookin toiminnallisuuksiin ja muiden niiden avulla tuottamien sisältöjen seuraamiseen, ennen muuta toisten tilapäivityksiin sekä ryhmiin: *ajanviete statuksia ym. lukiessa (FB:n pelit eivät kiinnosta) – tuttujen*

*statukset, kommentit ja keskustelut, ns läpänheitto – Hauskat statuspäivitykset piristävät päivää – lyhyet viestit, nopeus, hauskuus: usein jutut esim. päivitykset ovat huumoripitoisia tai muuten myönteisiä – Monesti muiden hauskat statukset naurattavat ja pelastavat päivän – Hauskat statuspäivitykset, hauskat ryhmät – se on hauskaa, saa usein hymyillä tai nauraa kun lukee statukseja tai ryhmien nimiä – Hölmöt ryhmät eri asioiden ympärillä ovat lystejä.*

Huomiota kiinnittää, että hauskuutta tuottaa nimenomaisesti muiden sanailu tai yhdessä muiden kanssa tapahtuva 'läpänheitto' tai muu 'hassutelu'. Vain yksi vastaaja tuo esiin, että hauskaa on oman sanallisen sisällön tuottaminen; mukaan kutoutuu epäsuorasti myös yhteydenpidon funktio: voi viihdyttää itseään jauhamalla paskaa, kun se täällä maalla yksin asuessa saattaa olla muutoin yllättävänkin harvinaista herkkua.

Poikkeuksia ovat tapaukset, joissa huvitusta tuottaa toisten ääliömäisenä pidetty toiminta ja vahingonilo näiden ajattelemattomasta 'avautumisesta' Facebookissa: voi naureskella sille, miten tyhmiä jotkut ovat jakaessaan mitä ihmeellisimpiä tietoja, eivätkä tajua suojata niitä (esim. synnytyskuvat).

Selvästi oma viihdyttävyyden lähteensä Facebookissa ovat pelit ja vähäisemmässä määrin myös muut sovellukset, kuten testit ja kyselyt. Tässä voi palauttaa mieliin, että Facebook-toimintojen käyttöä koskeneissa monivalintavastauksissa erottui selvästi oma aktiivisesti pelaajia pelaavien joukkonsa.

Osa vastaajista nostaa yleisellä tasolla esiin pelien ja sovellusten roolin viihdyttävänä ajankuluna: *siellä voi tappaa aikaa pelaamalla pelejä – ajanviettopaikka pelien muodossa – pelejä pelaamalla voi viettää aikaa – Pelejä joilla saa ajan kulumaan – Pelit ovat ok ajanviete – Aikansa saa kulumaan siellä turhankin hyvin, kiitos erilaisten sovellustenkin – Facebook tarjoaa lisäksi runsaasti ajanvietettä pelien ja muiden sovellusten muodossa – Hyvää ajantappoa (varsinkin monilla eri sovellutuksilla – hauskoja kyselyitä – Testit ovat hauskaa viihdettä – Joitakin mukavia sovelluksia (applications) – testit ja muu leikkiminen on hieno juttu myös, aikuiset ihmiset leikkii yhdessä (tärkeä osa leikkiä on tietysti tulosten julkaisu ja kommentointi).*

Osa puolestaan korostaa erityisesti pelien ja pelaamisen mukavuutta. Tällöin saatetaan mainita myös se, että pelit Facebookissa ovat

ilmaisia: pelaaminen – Nettipelit! – Voi pelata harmittomasti – Pienet pelit jotka on fb:ssä – ilmaiset pelit mukavia – **SIELLÄ ON MUUTAMA HYVÄ NETTI PELI** – Paljon mukavia pelejä – hauskat (ilmaiset) pelit – Hauskoja pelejä tylsiin hetkiin – ilmaisia pelejä ja viihdykettä – Hauskoja pelejä – Kivoja pelejä – mielenkiintoisia pelejä – Lisäksi voin pelata kivoja pelejä – Facebookissa on myös hauskoja pelejä – Ja facebookissa on parhaat pelit! – Lisäksi siellä on erittäin mukavia pelejä – pelit ja kaikki kiva – Myös kivoja pelejä ja muuta ajanvietettä.

Facebookin hyväksi puoleksi saatetaan nimetä myös yksittäisiä pelejä ja sovelluksia: Myös Happy Aquarium-peli on ehdottomasti hyvä puoli! Ja FarmVille ja Bejeweled Blitz – FB:ssä on myös kiva peli, My Fairyland, joka on kivaa ajankulua erityisesti, kun lapset sairastavat ja tarvitsevat rauhallista tekemistä – Leikkiminen: Farmville yms pelit – Farmvillen pelaaminen – Facebook on rentoutusta ja pääntyhjennystä, varsinkin jotkut pelit kuten Farmville, jossa on myös yhteisöllisyys jollain tasolla mukana.

## **Muuta hyvää Facebookissa**

Kokemus Facebookin hyvyydestä **tapahtumien järjestämisessä ja niistä ilmoittelussa** ulottuu illanistujaisten, juhlien ja bileiden vaivattomasta organisoimisesta suurempien ja osin ammattimaisempienkin tapahtumien, kuten keikkojen, konserttien tai näyttelyiden järjestämiseen ja niistä tiedottamiseen tai niiden mainostamisen helppouteen.

**Tiedon saamisessa tapahtumista** tapahtumatoiminnon, sivujen tai ryhmien kautta sekä tapahtumakutsujen kätevässä välittymisessä puolestaan korostuvat ennen muuta kavereiden järjestämät juhlat ja bileet. Joillekin tuntuu olevan tässä yhteydessä tärkeää, että samalla voi saada tiedon siitä keitä tapahtumaan on osallistumassa. Jokunen vastaaja mainitsee hyvänä sen, että tietoa saa myös yhteiskunnallisemmista tapahtumista kuten erilaisista tempauksista, mielenosoituksista, *verenluovutuksista ja muusta sellaisesta tai tietoa kansalaistapahtumista, festivaaleista ja kirjallisista tapahtumista nopeasti, myös mielenosoituksista ja kansalais-adresseista tieto heti*. Lisäksi nousee esiin, että Facebookin kautta pysyy kartalla tapahtumista ja saa tietoonsa sellaisia tapahtumia, jotka muuten luultavasti jäisivät kokonaan pimentoon tai huomaamatta tai *saa tietoa tapahtumista, joista ei muuten pidetä meteliä*.

**Omien kuulumisten kertomisessa ja/tai kuvien jakamisessa** kiinnittää huomiota, että jakaminen-sanan käytöstä huolimatta monelle vastajalle kyse on pikemminkin yksisuuntaisesta toiminnasta, jota olisi usein osuvampaa kuvata jakeluksi. Jonkin verran löytyy silti myös kaksoisluonnehdintoja, joissa kuulumisten kertominen tai kuvien jakaminen nivoutuu osaksi yhteydenpidon ja/tai keskustelun vastavuoroista toimintaa: *pääsee kertomaan ja kuulemaan kuulumisia – Kaverit pysyvät ajantasalla tekemisistäni ja minä heidän – Siellä on helppo jakaa elämäänsä muille. Viestiä voi lähettää nopeasti usealle ihmiselle ja myös muut asiasta kiinnostuneet voivat kommentoida – Kun päivitän statusta, saan siihen kommentteja – se on kivaa, usein innostunutta ja kannustavaa – Kuvien jakaminen & kommentointi ystävien kanssa helppoa – Voin katsella kaverien valokuvia ja jakaa omiani helposti – On helppoa pysyä selvillä useamman kaverin (pinnallisista) kuulumisista yhden kanavan kautta ja myös itse kertoa kuulumisiaan useammalle ihmiselle samanaikaisesti.*

**Ajan tasalla pysymiseen uusista ilmiöistä, keskustelunaiheista ja uutisista** viitataan vastauksissa ensiksikin yleisellä tasolla ja toteavaan sävyyn niin, että 'ajan tasalla pysymisessä' korostuu tiedon nopea, sutjakka ja usein kaksisuuntainen välittyminen: *Tietää ympärillä olevista asioista nopeasti – Nopea tapa saada ja lähettää tietoa – Helppo ja monipuolinen tietojen ja uutisten vaihto – Helppo tapa (...) jakaa/saada tietoa.*

Toisinaan esiin nostetaan se, että kyse on nimenomaisesti ajassa liikkuvien ilmiöiden ja/tai uusien asioiden tasalla pysymisestä ja myös sellaisten löytämisestä nimenomaisesti Facebookin ansiosta: *Saan tietoa kiinnostavista tapahtumista ja ilmiöistä – saa hyviä vinkkejä ajankohtaisista asioista sun muista – Tietää vähän mitä on 'pinnalla', löytää uusia juttuja – Näet kerralla mikä on missäkin puolella maapalloa tai Suomea sen hetken kuuma peruna - keli, politiikka, urheilu jne. – uusien asioiden löytäminen – saa tietoa asioista joihin ei ehkä muuten törmäis – saa tietoonsa asioita joita ei ehkä muuten saa.*

Ajan tasalla pysyminen mahdollistaa samalla kärryillä olon pinnalla olevista puheenaiheista ja pitää näin kiinni meneillään olevissa keskusteluissa: *Facebookin kautta kuulen nopeasti monista hauskoista, kiinnostavista ja hyödyllisistä ilmiöistä ja puheenaiheista – On myös tapa pysyä kärryillä siitä, mitä ovat ajankohtaisia puheenaiheita kunakin päivänä – Facebookin kautta saan tiedon siitä, mikä ihmisiä kiinnostaa – tieto (...) pinnalla olevista puheenaiheista – pitää mukana keskusteluissa – Pysyy*

*ajan tasalla keskusteluista – Facebookin kautta puheenaiheet leviää nopeasti ja sitä kautta saa tietää mistä ihmiset puhuu.*

Merkillepantavaa on, että asioista, uutisista ja keskustelunaiheista ajan tasalla pitävän puolensa kautta Facebook hahmottuu uudenaikaiseksi ja merkittäväksi arjen mediaksi, jonka kytkös perinteiseen valtamediaan on kuitenkin samalla ilmeinen. Pari vastaajaa kuvaa sivuston luonnetta ruohonjuuritason tiedotusvälineenä seuraavasti: *Puskaradio toimii! (kuten tv-lupatarkastajat, jääkiekon maalit yms...) – Puskaradiona uskomattoman tehokas.*

Sekä kavereihin ja kaveripiiriin liittyvät että kavereiden välittämät uutiset ovat oleellinen osa Facebookin roolia viestimenä, kuten seuraavat poiminnat havainnollistavat: *Pysy hyvin kärryllä pienistä, mutta loppujen lopuksi merkittävissä asioissa – 'Uutiset' itselle tärkeiltä tahoilta – Joku on voinut löytää hyvän linkin jota ei olisi itse keksinyt. Uutisvirtaan tulee henkilökohtaisia näkökulmia: joku on yleensä aina paikalla kun tapahtuu, ja raportoi siitä fb:ssä – Kuulee viimeiset uutiset tapahtumista, joihin harastekaverit ovat osallistuneet.*

Samalla Facebook on tuonut verkon ulkopuolella tapahtuvaan arkiseen 'kaveriuutisointiin' laadullisen lisän, kuten seuraava poiminta valottaa: *sen kautta jaetaan ainakin omassa kaveripiirissäni paljon linkkejä erilaisiin uutisiin, adresseihin, kuviin ja videoihin, joita ei välttämättä pystyisi samalla tavalla ja yhtä helposti levittämään kasvotusten juttelemalla.*

Ertiyinen piirre Facebookin luonteessa päivittäisviestimenä on, että sen kautta paitsi kulkevat liukkaasti uutiset kavereiden omista asioista ja kaveripiirin sattumuksista myös välittyvät tehokkaasti tiedot maailman tapahtumista – ja usein tiukasti toisiinsa lomittuneina.<sup>37</sup> Eritoten muiden tilapäivitykset ja heidän lähettämänsä linkit toimivat tämän eri tasoille sijoittuvan mutta Facebook-viestinnässä yhteen kutoutuvan uutisvälityksen keinoina: *statuspäivitykset: maailman uutiset, ystävien kuulumiset – Kuulee uusista asioista, sekä uutisista että ihmisten omaan elämään liittyvistä asioista nopeasti – Facebookin avulla pysyy perillä niin henkilökohtaisten kontaktien kuulumisista kuin kansalaisyhteiskunnan toiminnasta – Näkee, mitä tutut keksivät julkaista. Joskus pysyy kärryllä myös kiinnostavista linkeistä ja uutisista... – On hauska seurata ihmisten elämiä ja mitä 'maailmalla' tapahtuu eli mitä asioita on pinnalla – Pysyt paremmin kärryllä ihmisten edesottamuksista ja maailman menosta – tiedonsaanti*

37 Vrt. Hermida et al (2011); ks. myös Matikainen (2009).

*esim. yhteiskunnallisista asioista sosiaalisen suodatuksen kautta – Saa tietoa nopeasti esim. tuoreista uutistapahtumista statuspäivistysten perusteella – pysyn ajan tasalla tuoreimmista uutistapahtumista kotimaan politiikassa, kun kaverini linkittävät ne suoraan etusivulleni – Helppo (...) pysyä ajantasalla ajankohtaisista asioista (koska joku kuitenkin aina linkittää olennaisimmat uutisartikkelit) – tietää mitä Suomessa tapahtuu kun itse on ulkomailla. Aina joku päivittää statukseensa jotain Suomen asioita, oli se sitten säätilannetta tai jotain muuta ajankohtaista.*

Käyttäjäkokemuksen suunnasta Facebookin ja perinteisten joukkoviestinten suhde eritoten uutisvälityksessä hahmottuu kilpailuasetelman sijasta toisiaan täydentäväksi. Voisi jopa väittää, että samalla kun Facebook on laajentanut journalismiin kiinnittyvää uutisen määritelmää ja tuonut uusia ulottuvuuksia siihen, miten uutiset välittyvät, sivuston käyttö vahvistaa valtamedian asemaa yhteiskunnan legitiiminä ja uskottavana uutiskoneistona. Facebook toimii jonkinlaisena väliportaan uutissuodattimena ja -jakelimenä, jossa käyttäjien tilapäivitykset ja linkit kierrättävät myös journalistisesti tuotettua aineistoa tehokkaasti ja virusmarkkinoinnin tapaan. Tämä symbioottinen suhde nousee havainnollisesti esiin seuraavissa poimintoissa: *mielenkiintoisia linkejä uutisiin ja palveluihin (muut lähettävät Facebookiin) – Ihmisten linkit on loistava tapa seurata mulle ajankohtaisia ja tärkeitä uutisvirtoja ja mielipidekirjoittelua – Monet ystäväistäni jakavat Facebookin kautta mielenkiintoista sisältöä, esim. linkejä artikkeleihin, joita en välttämättä muuten huomaisi kaiken mediaähkyn keskellä – Helpottaa mediaseurantaa, kun tuttavat linkittävät uutisotsikoita, jotka saattaisi muuten missata – osa uutistapahtumista tulee tietooni Facebookin kautta: osaan lähteä etsimään tietoa esim. lehtien verkkosivuilta – ihan kattava kattaus ystävien muista medioista poimimiin juttuihin.*

Joukossa on itse asiassa vain yksi vastaaja, joka suuntaa valtaviestinten ja Facebookin suhteeseen toisenlaisen katseen nähdessä jälkimmäisen edellisten vaihtoehdoksi tai jopa kilpailevaksi toimijaksi uutisvälityksessä. Hänestä Facebook tuo monet ajankohtaiset asiat ja tapahtumat laajasti monien ihmisten suoraan tietoon – ei esim. tarvitse olla riippuvainen siitä huoliiko perinteinen media asian sivuilleen vai ei.

## ***Hyvä olla yleisönä Facebookissa***

Kun tarkastellaan Facebookin hyviä puolia vastaajien niitä luonnehtiessa omaksumien toimijaroolien kannalta, huomataan, että arvioita esitetään erityisen usein yleisönä – toisin sanoen positiosta, josta asetutaan seuraamaan muiden sivustolle tuottamia sisältöjä ja esityksiä. Tekijäksi tai esiintyjäksi ryhtyminen ja siten itse yleisöhuomion kohteeksi asettuminen nousee Facebookin hyviä puolia kuvattaessa esiin selvästi harvemmin. Myös välittäjänä toimiminen – kuten linkkejä kierrätettäessä – jää sangen vähäiseksi. Vastaava asetelmahan piirtyi näkyviin Facebook-toimintojen käyttöä koskevista monivalintavastauksista. Oma merkittävä toimijaroolinsa suhteessa Facebookiin on käyttäjä – tai ehkä täsmällisemmin palvelun asiakas – josta asemasta huomattava joukko vastaajia arvioi ja kiittelee sivuston toimivuutta.

Facebookissa omaksuttujen toimijaroolien yleisyyttä ja näihin rooleihin asettumisen painottumisia olisi mahdollista lähestyä myös erityisen vähän mainintoja saavien hyvien puolten suunnasta. Esimerkiksi julkison toimijarooli on implikoituna tuotaessa esiin Facebookin hyödyllisyys *aktivismin harjoittamisessa* tai ruohonjuuritason kansalaisvaikuttamisessa. Tällainen toiminta saa vastaajilta yhteensä vain kymmenkunta mainintaa, joista kaksi on ensimainintoja. Hyvin niukasti ovat edustettuina myös *julkinen omien tuntojen esittäminen* sekä *mielipiteiden ilmaiseminen tai yhteiskunnallinen keskustelu*, joissa vastaajat niin ikään omaksuvat julkison ja/tai esiintyjän roolin. Edellinen toiminta saa puoli tusinaa ensimainintaa ja kolmisenkymmentä kokonaismainintaa; jälkimmäinen kerää yhden ensimaininnan ja yhteensä alle kolmekymmentä mainintaa.

Yleisönä toimimisen vahvaa asemaa suhteessa esiintyjäksi ryhtymiseen havainnollistaa osaltaan se, että toisten kuulumisten, tekemisten ja elämän seuraaminen mainitaan Facebookin hyvänä puolena yli kolme kertaa useammin kuin tuodaan esiin omien kuulumisten kertominen muille. Ensimmäisten perusteella ero on vielä selvempi: muiden kuulumisten seuraamista pidetään palvelun hyvänä puolena yli kymmenen kertaa useammin kuin mainitaan ensimmäisenä mahdollisuus kertoa muille omia kuulumisia. Jos vastaavasti verrataan toisten sukkeluuksien seuraajaksi asettumista oman sanallisen hauskuutuksen tuottamiseen muille, jälkimmäiseen viitataan selvästi harvemmin. Edelleen tiedon saaminen uusista ilmiöistä, asioista ja puheenaiheista toisten ihmisten kautta mainitaan



sekä hyvien puolten ensi- että kokonaismaininnoissa yli kaksi kertaa useammin kuin tuodaan esiin, että käyttäjä itse toimii Facebookissa tiedon ja jutunjuuren välittäjänä muille. Sitä vastoin tiedon saaminen tapahtumista ja toisaalta niistä ilmoittelu nostetaan sivuston hyvänä puolena esiin kutakuinkin yhtä usein. Tasasuhtaisempi asetelma kytkeytynee paljolti siihen, että kyse on viestinnästä, joka nivoutuu elimellisesti yhdessä-oloon ja kanssakäymiseen Facebookin ulkopuolella.

Huomattakoon, että viestinnällisten yhteyksien ottamisessa ja niiden ylläpitämisessä – joka siis nousee käyttäjäkokemuksessa Facebookin yksittäisistä hyvistä puolista hallitsevaksi – on ainakin periaatteessa kyse sekä esiintyjänä että yleisönä toimimisesta. Yhteyttä pitäessäänhan käyttäjät eivät ole vain vastaanottajia, vaan he siirtyilevät jatkuvasti edestakaisin viestin lähettäjän – siis esiintyjän – ja viestin vastaanottajan roolien välillä. Toisaalta kun muistetaan, että Facebookin hyvänä puolena korostuu myös ’yhteydenpidoton yhteys’ eli mahdollisuus seurata toisten kuulumisia ja elämää myös ulkopuolisena katsojana, on selvää, että sivustolle sosiaalisenä tilana ovat tyypillisiä niin keskinäisviestinnällinen kuin mediaesitysten seuraamista muistuttava yleisöpositiokin. Facebookin tilaluonteen ominaispiirteitä tarkasteltaessa tähän kahtalaisuuteen tulee kiinnittää erityistä huomiota.

Kiintoisaa Facebookin hyväksi koetuissa puolissa on itse asiassa se, että ihmisten välinen yhteydenpito ja toisten esitysten seuraaminen – ja samalla niille ominaiset yleisönä toimimisen tavat – kietoutuvat sivustolla niin tiiviisti ja usein jopa erottamattomasti toisiinsa. Esimerkiksi muiden statuspäivitysten lukeminen tai näiden kuvien katselu – siis yleisönä toimiminen muiden esityksille itsestään ja omasta arjestaan – saattaa tuottaa samalla vahvan tunnun yhteyksissä olemisesta. Tai hieman toisin: kuvien katselussa ja päivitysten lukemisessa on usein kyse yhdellä kertaa viihdytystä hakevaksi yleisöksi asettumisesta ja tavoista olla – tai ainakin kokea olevansa – yhteydessä toisiin ihmisiin.<sup>38</sup>

Jos Facebookia lähestytään – sen käytön ’puhtaasti’ yhteydenpidollinen ulottuvuus hetkeksi pois rajaten – perinteisiin joukkoviestimiin rinnas-

---

38 Muiden kuvien katselun ja näiden päivitysten lukemisen kutoutuminen osaksi kanssakäymistä selittää osaltaan, miksi molemmat jäävät erillisinä Facebookin hyvinä puolina sangen marginaalisiksi saaden ensimmäintoja kourallisen ja tullen yhteensä viitatuksi noin 70 kertaa.

tuvana näkymisen, esiintymisen ja vastaanoton areenana, huomataan että hyviksi koettujen puoltensa perusteella Facebook hahmottuu julkiseksi tilaksi ennen muuta ensimmäisessä Hannah Arendtin ([1958] 2002, 56–58) erottamista 'julkisen' kahdesta mielestä. Sivusto on avoimen näkymisen paikka, jossa asetutaan katsomaan ja seuraamaan muita, siis toimimaan näiden yleisönä. Sitä vastoin Facebookia ei ole yhtä helppo pitää julkisena tilana Arendtin tarkoittamassa kollektiivisuuden mielessä. Sivuston hyviin puoliin ei nimittäin tunnu kuuluvan toimiminen paikkana, jossa myös eroavuudet tulevat näkyviksi, ja jossa keskenään erimieliset(kin) käyttäjät puntaroivat ja taittavat keskenään peistä ihmisiä laajalti koskettavista kysymyksistä ja ongelmista.

## Huonoja kokemuksia Facebookista

### *Monta syytä tyytymättömyyteen ja huoleen*

Facebookin hyvien puolten vastapainoksi sivustolla on käyttäjien mielestä myös erittäin paljon huonoa. Lukumääräisesti huonoja puolia tuodaan esiin jonkin verran enemmän kuin hyviä, minkä lisäksi merkittävempien puolten joukko ei ole yhtä keskittynyt kuin mitä se on hyvien puolten tapauksessa.<sup>39</sup> Kun Facebookin hyvyys rakentuu käyttäjien kokemuksessa vahvasti kolmesta seikasta, joista korostuu erityisesti yhteyksissä oleminen, huonojen puolten joukosta erottuu runsaan puolen tusinan kärki. Se kattaa lähes kaksi kolmasosaa (64,3 %) huonojen puolten kaikista ja yli kaksi kolmasosaa (69 %) niiden ainoista tai ensimmäisistä. Merkittävempien huonojen puolten keskinäiset erot ovat lisäksi pienemmät kuin hyvien puolten kärkikolmikossa, eikä esiin nouse yhtä yksittäistä asiaa, joka olisi muihin nähden ylivoimainen.

---

39 Erilaisia Facebookin huonoja puolia erottuu kolmisenkymmentä. Sekä kokonaisu- että ensimmäisintöjen perusteella muita merkittävämpiä ovat seuraavat seitsemän: 1) yksityisyyteen liittyvät ongelmat (yhteensä 441 mainintaa / 252 ensi- tai ainoaa mainintaa), 2) toimimattomuus palveluna (323/204), 3) sivustolla kiertävä roska, krääsä ja spämmi (320/171), 4) koukuttavuus (298/211), 5) aikasyöppöys (292/179), 6) julkisuuteen liittyvät ongelmat (266/159) ja 7) ikävät kokemukset sivustolla olemisesta (241/109).

Vahvimmin kokemus Facebookin huonoudesta kiinnittyy *yksityisyyttä koskeviin ongelmiin* sivustolla. Toiseksi ja kolmanneksi useimmin huonoksi puoleksi nimetään *Facebookin toimimattomuus palveluna* ja sivustolla kiertävät *roskasisällöt tai spämmi*, jotka saavat suunnilleen saman verran mainintoja. Seuraavaksi eniten mainintoja huonona puolena keräävät *Facebookin koukuttavuus* sekä palvelun *aikasyöppöys*, millä viitataan siihen, että Facebookiin kuluu liikaa tai turhaan aikaa. Merkittävien huonojen puolten joukkoon nousevat lisäksi kutakuinkin yhtä paljon mainintoja saavat *julkisuuteen liittyvät ongelmat* sekä *ikävät kokemukset Facebookissa olemisesta*.

Kun tarkastellaan, mitkä seikat Facebookin huonoudesta nostetaan esiin ensimmäisenä tai ainoana, havaitaan, että merkittävimpien huonojen puolten järjestys vaihtuu hieman. Kokonaismaininnoissa neljäntenä oleva Facebookin koukuttavuus nousee nyt toiseksi, ja sivuston toimimattomuus siirtyy kakkospaikalta kolmanneksi. Lisäksi Facebookin aikasyöppöys kipuaa ensimmäinnoissa viidenneltä sijalta neljänneksi roskasisältöjen siirtyessä viidenneksi. Muilta osin huonojen puolten kärkeitsikon järjestyks pysyy kokonais- ja ensimmäintöjen osalta samana.

Yksityisyyttä koskevat kysymykset tulevat mainituiksi ainoana tai ensimmäisenä Facebookin huonona puolena yli 250 kertaa kattaen ensimmäinnoista 13,5 %. Yksityisyyskysymysten roolia käyttäjien kokemuksessa vahvistaa, että ne nostetaan selvästi useimmin esiin myös toisena huonona puolena; yksityisyyteen liittyvät ongelmat toisin sanoen linkittyvät moniin muihin sivuston huonoiksi koettuihin puoliin.

On syytä huomata, että käyttäjien 'yksityisyydelle' antamat merkitukset rinnastuvat moninaisuudessa 'yhteyden' ulottuvuuteen Facebookin hyvänä puolena. Merkitysskaalan yhdessä päässä ovat yksilön tietoturvaan (kuten henkilötietojen salassa pysymiseen ja niiden mahdollisesti rikolliseenkin väärinkäyttöön) liittyvät teknissävytteiset pelot tai epäilykset. Toisesta päästä löytyy huoli yksityisyyden rajojen hämärtymisestä yhteiskunnassa. Näiden ääripäiden väliin sijoittuvat maininnat, joissa ollaan eriasteisesti huolissaan tietosuojasta, yksityisyyden suojasta, yksityisyyden uhattuna olemisesta, yksityisyyden menettämisestä sekä yksityisyysasetusten pitävyydestä Facebookissa.

Ensimmäintöjen perusteella Facebookin käytön koukuttavuus ohittaa huonona puolena sekä sivuston toimivuusongelmat että sillä kiertävän roskasisällön. Kokemus, että Facebook aiheuttaa riippuvuutta ja käytön

pakonomaisuutta kerää yli kymmenesosan (11,3 %) huonojen puolten ensimmäinnoista.

Facebookin toimivuuteen tai käytettävyyteen liittyvät ongelmat kattavat sivuston huonojen puolten ensimmäinnoista niin ikään runsaan kymmenesosan (11 %). Huomattakoon kuitenkin, että jos mainintoihin toimivuusongelmista yhdistettäisiin sivuston jatkuvan muuttumisen kirvoittamat yli sata mainintaa – joissa ärtymys kumpuaa paljolti käyttöä hankaloittavista sivuston uudistuksista – kokemus Facebookin huonosta toimivuudesta nousisi lähes yksityisyyskysymyksiä koskevan huolen tasalle.

Facebookin aikasyöppöys – se, että sivustolla tuntuu kuluvan liikaa tai turhaan aikaa – saa neljänneksi eniten ensimmäintoja huonona puolelta kattaen niistä vajaan kymmenesosan (9,6 %). Sivustolla kiertävän roskan, krääsan tai spämmin häiritsevyys ja suuri määrä seuraavat vanavedessä 9,2 %:n ensimmäintoosuudella. Viime mainittu huono puoli liittyy ennen muuta Facebookin erilaisten sovellusten – pelien, testien, kyselyjen jne. – tuottamaan ’säälään’ ja ’härpäkkeeseen’.

Julkisuuteen liittyvät ongelmat ovat Facebookin kuudenneksi merkittävin huono puoli, joka kerää ensimmäinnoista 8,5 %. Huomattakoon, että yksityisyyden tapaan myös ’julkisuus’ on Facebookin koettuna ominaisuutena moniulotteinen. Julkisuuskysymysten kirjo sisältää palvelun teknisten ominaisuuksien mahdollistaman ja/tai niiden ruokkiman avoimuuden, materiaalien hallitsemattoman leviämisen liian laajalle, niiden leväperäisen kiertämisen Facebookin alustalla, muiden käyttäjien ylenpalttisen avomielisyyden omista asioistaan ja näiden holtittomuuden toisten ihmisten materiaalien (ennen muuta kuvien) levittämisessä, hankaluudet oman muille näkymisen rajoittamisessa sekä itseä korostavan esiintymisen toisille.

Seitsemänneksi merkittävin Facebookin huono puoli liittyy käyttäjien ikäviin kokemuksiin siitä, millaista sivustolla oleminen muiden kanssa on. Yhteiselämän ahdistavuus Facebook-ympäristössä saa 5,9 % huonojen puolten ensimmäinnoista.

Kokonaismainintojen perusteella voidaan erottaa huonojen puolten ’keskiryhmä’, johon sisältyvät seikat tulevat kukin vastauksissa mainituiksi runsaasta 100:sta vajaan 150:aan kertaa. Tässä huonojen puolten ryhmittymässä nousevat merkittävimmi kielteiset kokemukset *Facebookin kaveruuskäytännöistä* ja havainnot niiden vaikutuksista kaveruuden

yleiseen määrittymiseen. Po. käytäntöihin sisältyvät epämieluisat kaverikutsut ja vaikeus kieltäytyä niistä, hankaluus päästä eroon kerran kaveriksi hyväksytystä sekä huomio koko kaveruuden käsitteen muuttumisesta Facebookin myötä ikävään suuntaan saavat yhteensä yli 140 mainintaa.

Huomattakoon, että jos kaveruuskäytäntöihin yhdistettäisiin maininnat, joissa Facebookin huonona puolena nostetaan esiin *kaveripiirin liiallinen laajeneminen* (lähes 80 mainintaa), kaveruuteen liittyvien huonojen puolten merkittävyys lisääntyisi etenkin ensimmäintöjen osalta huomattavasti.

Merkittävä keskiryhmän huono puoli ovat vastaajien kielteiset kokemukset *Facebookin vaikutuksista yhteydenpitoon*. Huonoksi koetaan ensiksikin se, että oma ja/tai muiden yhteydenpito on siirtynyt Facebookiin tai että viestittely on painottunut palvelussa tapahtuvaksi, mikä puolestaan on vähentänyt muuta yhteyksissä olemista. Facebookin on havaittu vaikuttaneen ikävällä tavalla myös yhteydenpidon ja viestittelyn luonteeseen: kanssakäyminen muiden kanssa tuntuu muuttuneen pinnalliseksi, keveäksi tai näennäiseksi.

Keskiryhmään lukeutuva huono puoli ovat edelleen muiden *käyttäjien tuottamat sisällöt* (kuten statuspäivitykset) tai yleisemmin palvelussa toteutuvan viestittelyn kielteiseksi koettu luonne, esimerkiksi kommenttien ja keskustelun huonona pidetty taso.

Yli sata mainintaa huonona puolena kerää edellä jo viitattu *Facebookin jatkuva muuttuminen*: tämän tästä tehtävien käyttöliittymän, ulkoasun ja asetusten päivitysten koetaan mutkistavan ja sekavoittavan palvelua sen käytettävyyttä heikentäen.

Vielä yksi keskiryhmään lukeutuva Facebookin huono puoli ovat *muut ihmiset*. Erityisen huonoa – ärsyttävää tai kiukuttavaa – on toisten palvelussa olijoiden tietynlainen käyttäytyminen. Muiden ihmisten herättämät kielteiset tuntemukset piirtävät osaltaan kuvaa kanssakäymisen ja yhteiselämän nurjasta puolesta sivustolla.

Lähelle sata kokonaismainintaa Facebookin huonona puolena kerää *mainonta ja/tai kaupallisuus*. Jossain määrin tätä vähemmän mainintoja saavat Facebookin *omistajuuteen ja omistajapolitiikkaan* liittyvät seikat. Niihin sisältyvät esimerkiksi kuvien omistusta ja palvelun käyttöehtoja koskevat tyytymättömyyden ilmaukset.

Omana ryhmänään tässä huonojen puolten kokoluokassa erottuu *Facebookin yleinen huonous*. Sivustoa esimerkiksi luonnehditaan liittämällä se osaksi laajempaa kokemusta kielteisestä kulttuurisesta kehityksestä kuten kun katsotaan, että Facebook *ruokkii pinnallista kulttuuria* tai että se *nopeuttaa kulttuuria ja elämää ehkä hektisemmäksi*. Toisaalta sivustoa saatetaan kuvailla yleisnegatiivisesti vaikkapa tykittämällä, että se on *ärsyttävä – tylsä – älyllisesti surkastuttava – pinnallinen – epämääräinen – seksistinen – harhaanjohtava*.

Määrällisesti pienimmässä – runsaasta 50 vajaan 70 kokonaismainintaa saavassa – huonojen puolten ryhmittymässä nousee näkyviin ensiksikin pakko tai tarve miettiä koko ajan sitä, *kenelle Facebookissa tulee viestineeksi ja miten oikeastaan pitäisi viestiä*. Lisäksi *tiedon liian suuri määrä* sivustolla saattaa tuntua kuormittavalta ja 'infoähkyä' aiheuttavalta. Huonona pidetään myös sitä, että sivuston kautta *saa tietää liikaa* toisten ihmisten henkilökohtaisista tai kahdenvälisistä asioista. Viime mainittu huono puoli sivuaa Facebookin liiallisena pidettyä julkisuutta, mutta ero on huomion keskittyminen sivuston piirteiden sijasta käyttäjän omaan kokemukseen.

Lisäksi vajaat viisikymmentä vastaajaa tuo esiin, että Facebookissa ei ole juurikaan tai *ei lainkaan huonoja puolia*. Kymmenkunta vastaajaa puolestaan katsoo, että palvelussa on *huonoa lähes kaikki*.

Yksittäisiä mainintoja huonoina puolina saavat se, että *kaikki eivät vielä ole Facebookissa*, että *palvelu on liian suljettu* ja että tuttava- tai kaveripiirissä muut pitävät *Facebookissa olemista itsestäänselvyytenä*.

### *Yksityisyys Facebookin akilleen kantapäänä*

Facebookin merkittävimpana huonona puolena nousee siis esiin sivuston käyttäjissä herättämä huoli, epätietoisuus tai epävarmuus omasta ja muiden yksityisyydestä. Kuten todettua, yksityisyyteen liittyvät kysymykset Facebookissa hahmottuvat kaikkineen hyvin monitahoisiksi ulottuen henkilötietojen salassa pysymisestä yksityisyyden rajojen hämärtymiseen.

Tulkintaa kiharoittaa se, että pelkästään sanasto, jolla yksityisyyden ongelmiin viitataan, vaihtelee: osa vastaajista puhuu 'tietojen turvaamisesta' tai niiden 'suojaamisesta', osa taas viittaa 'yksityisyyden suojaamiseen'. Lisäksi yksityisyyden pulmat nivoutuvat paikoitellen julkisuuteen

liittyviin kysymyksiin tai sijoittuvat näiden kahden rajalle. Erona yksityisyyttä ja julkisuutta koskeissa maininnoissa on niissä omaksuttu näkökulma: missä edellisissä luonnehditaan Facebookin huonoutta henkilökohdaisiksi tai vain omiksi miellettyjen tietojen suojaamisen tai salaamisen kannalta, siinä jälkimmäisissä lähestytään asiaa tietojen avoimen ja laajan näkymisen tai niiden paljastamisen suunnasta.

Kiteyttäen yksityisyyteen liittyvissä ongelmissa on kyse uhasta, jonka Facebookin koetaan tuottavan joko omaan tai muiden henkilöön liittyvien virallisten tietojen turvattuina pysymiselle tai muussa mielessä henkilökohtaisiksi tai omiksi miellettyjen aineistojen säilymiselle ulkopuolisilta suojattuina ja salattuina.

Osassa yksityisyyskysymykset Facebookin huonoksi puoleksi nostavia mainintoja ongelma muotoillaan hyvin yleisesti ja samalla niukkasanaisesti. Viittauksissa saatetaan vain todeta, että *yksityisyys mietityttää – yksityisyysseikat välillä arveluttavat – yksityisyysasiat huolestuttavat*. Tai sitten nimetään ongelman ydin sitä mitenkään luonnehtimatta: *Yksityisyysjutut – Yksityisyyskysymykset – yksityisyyspuutteet – Yksityisyysongelmat – Yksityisyyden suojattomuus*.

Osa yleisistä luonnehdinnoista on sävyiltään sängen dramaattisia lähtien siitä, että yksityisyyden koetaan olevan Facebookissa 'vaarassa', 'uhattuna', 'vaarantunut', ja ulottuen siihen, että yksityisyys on 'rikkoutunut', 'mennyt', 'menetetty' tai 'kadonnut'. Parissa vastauksessa tuodaan esiin, kuinka Facebookissa *joskus tuntuu, että yksityisyyttä ei ole ollenkaan tai ei yksityisyyttä*.

Silloin kun yksityisyyttä koskeviin ongelmiin tai uhkiin viitataan yksilöidymmin, selvästi useimmin nousee esiin omaa henkilöä koskevien tietojen turvaaminen. 'Turvan' sanastoa käytetään lähes kolmasosassa kaikista yksityisyyskysymysten ensimmäinnoista. Viittaukset ovat usein toteavia tyyliin: *Tietoturvan taso – tietoturvallisuus arveluttavaa – Tietoturva epäilyttää – Tietoturva kyseenalainen – paljon tietoturvariskejä – tietoturvallisuuden aukot – Tietoturvattomuus*.

Osa vastaajista avaa hieman enemmän, millaisista tiedoista ja niihin kohdistuvista uhista on kyse: *yhteystiedot, CV jne. eivät ole turvassa – Tietoturva mietityttää tietysti jatkuvasti. Kiinnostänkin jatkuvasti huomiota mahdollisiin riskeihin: en esimerkiksi ilmoita profilissani julkisesti syntymävuottani, vaan vain syntymäpäivän ja -kuukauden – pelko identi-*

*teettivarkauksista yms. tietoturvan murtumista – tietoturva, yksityisyyden suoja, väärinkäytösten ja rikollisuuden uhka.*

Merkilläpantavaa on, että sangen moni Facebookin tietoturvaongelmiin viittaavista mainitsee sovellusten epäilyttävyys: *ulkopuolisten sovellusten mahdollistamat tietoturvariskit – Sovellusten tietoturvariskit ilmeisesti suuria – Epäilyttäviä sovelluksia mukana, tietovuotojen riski – Tarviiko niitä hiton tietoturvariskipaska-appeja tunkee joka paikkaan.*

Tietoturvariskin aiheuttajaksi tai lähteeksi saatetaan nimetä myös muut palvelun käyttäjät, esimerkiksi sellaiset, jotka *eivät osaa säätää turva-asetuksia kohdalleen, joten turvallisuus välillä vähän huolettaa* tai käyttäjistä ne, jotka eivät huomaa, että *tietoturvamääritysten kanssa täytyy olla tarkkana*. Toisenlainen turvallisuusriski taas aiheutuu siitä, *jos esim. laittanut omat tietonsa liian helposti saataville, niin voihan joku käyttää sopivaa hetkeä ja murtautua kotiin, kuten mediassa pelotellaan.*

Tietojen suojaamisen näkökulmasta Facebookin huonoutta lähestytään noin joka kymmenennessä yksityisyyskysymysten ensimmäinnoista. Tietosuojan sanastoa käyttävien viittauksistakin osa on lyhyitä ja lakonisia: *tietosuoja-asiat – tietosuojaepäselvyydet – Tietojen suojaus..? – Tietosuojaongelmat – Epävarma tietosuojasta – tietosuojakysymykset askarruttavat – Tietosuoja on lähes olematonta.*

Hieman laveammista muotoiluista ilmenee, että tietosuojasta puhuttaessa sillä viitataan usein virallisten henkilötietojen sijasta muunlaisiin käyttäjien yksityisiksi tai omiksi mieltämiin materiaaleihin ja ulkopuolisten mahdollisuuksiin päästä Facebookissa tai sen kautta niihin käsiksi; harvemmissa tapauksissa mainitaan myös omat mahdollisuudet saada pääsy toisten aineistoihin: *Pelko siitä, että tiedot eivät pysy vain itsellä, tai että joku käyttää väärin – tietosuojakysymykset; ulkopuoliset saattavat nähdä kuvia tai tietoja – Kaikki halutut tiedot ei pysy niin yksityisinä kuin haluaisi. Esim. jotain kuvia saattaa näkyä muille vaikka en olekaan heidän ystävänsä – tietosuojaongelmat ovat melkoisia. pääsen esim. lukemaan kavereiden kommentteja omille kavereilleen tai katsomaan valokuvia, joita kaverini ovat kommentoineet.*

Esiin nousee myös epäily siitä, että tietojen huonon suojan vuoksi yksittäisten ihmisten ohella joku järjestyneempikin taho saattaa hyödyntää niitä asiattomasti: *Yksityisyys ei ole taattu. Käyttäjien tietoja ja ihmishuhdeverkot ovat erilaisten organisaatioiden käytössä.*



Silloin tällöin näkyviin pilkahtaa kriittisesti Facebookin omistajan ja ylläpitäjän rooli: *jatkuvat heikennykset käyttäjien yksityisyyteen ja omien tietojen suojaamisen mahdollisuuteen – Epävarmuus tietosuojasta on epämiellyttävää. Asetusten muuttaminen, siis järjestelmän ylläpitäjän tekemät muutokset, nollaavat välillä asettamiani rajoituksia.*

Joissakin Facebookin tietosuoaongelmiin viittaavista maininnoista tullaan lähelle julkisuuskysymyksiä, ja huoli saattaa tällöin kohdistua osin yksityisen ja julkisen rajalle. Näissä maininnoissa nousee samalla näkyviin, kuinka vahvasti 'yksityinen' ja 'julkinen' määrittyvät suhteessa toisiinsa muodostaen käytännössä toinen toisensa kääntöpuolen. Kuten seuraava poiminta havainnollistaa: *jollei suojaa tietoja, kaikki tietää sinusta kaiken.*

Yksityisyyden suojaamisen termistöllä Facebookin huonoutta lähestytään vajaan kymmenesosassa yksityisyyskysymysten ensimmäintoja. Myös nyt pulma saatetaan tuoda esiin lyhyesti ja toteavasti: *Epäselvä yksityisyyden suoja – epävarmuus yksityisyyden suojasta – yksityisyyden suoja kyseenalainen – yksityisyydensuoja epäilyttää – Yksityisyyden suojasta saa olla huolissaan – yksityisyyden suojan ongelmat – yksityisyydensuoja on huono – Yksityisyydensuoja olematon.*

Kuten tietojen suojaamisenkin tapauksessa yksityisyydensuojaan viittaessa sillä tarkoitetaan usein virallisten henkilötietojen sijasta muunlaisia käyttäjän henkilöön liittyviä tietoja. Samalla yksityisen rajapinta julkiseen tulee äskeistä lähemmäksi: *yksityisyyden suoja ei ole niin hyvä kuin toivoisin. (...) kaikkien tietojen näkyvyyttä ei pysty itse säätämään. pelkään, että tämä tulee vastaisuudessa lisääntymään – Yksityisyydensuoja mietityttää välillä, mitä uskaltaa julkaista ja mitä ei – Yksityisyyden suoja heikkenee. Ketkä kaikki loppujen lopuksi oikeasti näkevät tietoni ja missä kuviani käytetään?*

Myös yksityisyyden suojaamisen terminologiaa käytettäessä Facebookin rooli sivuston ylläpitäjänä nousee paikoin esiin: *Facebookin yksityisyydensuojaus on puutteellista tai ainakin toimivuus on hieman epäilyttävää – yksityisyydensuoja tuntuu unohtuvan alati tihenevien käyttöliittymäpäivitysten alla – Palvelun yksityisyyden suoja on oletuksena lähes törkeän huono.*

Osassa mainintoja yksityisyyden suojaamista lähestytään kannalta, jossa huomio kohdistuu sen työläyteen tai hankaluuteen Facebookissa: *Yksityisyyden hallinta vaatii perehtymistä – yksityisyyden varmistamisen*

*työläys – Vaikka kuinka yrittää suojata itseään tirkistelijöiltä tiedot ja kuvat leviävät.*

Hankaluudet yksityisyyden suojaamisessa tai suojaamisen hallitsemisessa saatetaan kiinnittää – tietoturvaongelmien tapaan – myös muiden Facebookissa olijoiden puutteellisiin taitoihin tai näiden omaa yksityisyydensuojaa heikentävään toimintaan: *on vaikea hallita omaa yksityisyyttä, muut vaikuttavat siihen paljon lisäämällä kuvia, kommentoimalla seinällä – FB:tä pitää osata käyttää, jotta oma yksityisyys säilyy sopivasti. Kaikki eivät tätä taida.*

Facebookin palveluntarjoajan rooli käyttäjien yksityisyyden suojaamisen hankaluudessa korostuu selvimmin silloin, kun sivuston huonona puolella nostetaan esiin yksityisyysasetukset. Mainintoja, joissa nimenomaan asetuksiin liittyvät ongelmat nimetään Facebookin huonoksi puoleksi, on yksityisyyskysymysten ensimmäinnoissa noin kymmenesosa.

Käyttäjät ensiksikin kokevat palvelun yksityisyysasetukset hämäriksi, sekaviksi tai monimutkaisiksi, pitävät niiden tekemistä ja säätämistä hankalana tai työläänä ja epäilevät, että asetukset vuotavat, vaikka itse olisi tehnyt säädöt kuinka tarkasti ja tiukasti. Rasittavuuden kokemusta lisää, että säätöjä pitää olla jatkuvasti tarkistamassa Facebookin jatkuvien asetusmuutosten vuoksi. Kuten pari vastaajaa kuvailee:

*Yksityisyysasetukset ovat jossain tapauksissa monimutkaiset enkä ymmärrä aina kaikkea edes suomen kielellä. Haluaisin suojata yksityisyyteni, mutta välillä olen epävarma toimiiko se.*

*Yksityisasetusten muutosten jälkeen on ollut epäselvää mikä näkyy kenellekin. Mulla on tosi tiukka yksityisyyspolitiikka ja muutoksen jälkeen tilanne on ollut sekavampi. Ennen se oli yksiselitteisempi.*

Paikoitellen esiin nousee epäsuorasti huoli siitä, että Facebook ei edes pyri takaamaan käyttäjiensä yksityisyyttä vaan teknisten ratkaisujen tarkoituksena on pikemminkin edesauttaa yksityisten tietojen avointa muille näkymistä ja niihin käsiksi pääsyä: *Yksityisyysasetusten sekavuus, kaikkea ei pysty piilottamaan vaikka haluaisi – yksityisyysasetuksia ei saa niin tiukoiksi kuin haluaisin – Mielestäni asetukset pitäisivät olla tiliä perustaessa tiukkarajaiset, käyttäjä voisi itse sitten laajentaa oikeuksia niin halutessaan – yksityisyysasetukset ovat oletuksena päin honkia: kaikki näkyy kaikille.*

Toisaalta yksityisyysasetusten ongelmiin Facebookin huonona puolenä huomiota kiinnittävässä maininnoissa on jonkin verran sellaisia, joissa vastuun oman yksityisyyden säilymisestä nähdään viime kädessä olevan Facebookin käyttäjillä itsellään; on käyttäjien velvollisuus olla tarkkoja ja varovaisia ja/tai opetella asetusten oikeanlainen säätö: *Kaikki eivät huolehdi yksityisyysasetuksistaan – Jos ei osaa säätää yksityisyysasetuksia kuntoon eikä varo itse, hyvin paljon vääriä juttuja voi paljastaa ihmisille – yksityisyysasetusten kanssa täytyy olla tarkkana ettei koko elämä ole ihan kaikkien nähtävillä – Jos yksityisyysasetuksiin ei kunnolla perehdy, voi tietämättään julkaista koko maailmalle asioita joita ei haluaisi aivan kaikkien tietävän.*

Kuten edellä on käynyt ilmi ja edeltävät poiminnatkin havainnollistavat, Facebookissa tunnistetut yksityisyysongelmat kytkeytyvät osin läheisesti julkisuutta sivustolla koskeviin kysymyksiin, ja ajoittain huomio kohdistuu epäsuorasti jo yksityisen ja julkisen rajalinjalle. Toisaalta yksityisyyden rajojen muuttuminen 'epäselviksi', 'liikkuviksi' tai 'liudentuneiksi' tuodaan esiin myös julkilausutusti yhtenä Facebookin huonona puolenä.

Yksityisen rajojen hämärtyminen saatetaan ensiksikin ilmaista suoraan ilman viittausta julkisen rajapintaan. Tällöin huomiota kiinnittää, että yksityisyyden rajojen esitetään usein hämärtyneen muilla kuin itsellä: *yksityisyyden rajojen 'mieltämisen' vaikeus – yksityisyyden rajat epäselvät – Yksityisyyden rajat heikkenevät – yksityisyydenraja hälventymässä – monet kadottavat yksityisyytensä rajat – Joidenkin ihmisten yksityisyyden raja saattaa hämärtyä – Toisilla tuntuu hämärtyvän yksityisyyden rajat.*

Osassa mainintoja puolestaan tuodaan esiin, että yksityisen raja on hämärtynyt tai hälventynyt nimenomaan suhteessa julkiseen: *hämärtyä yksityisen ja julkisen rajaa – Yksityisyyden ja julkisen raja hämärä – Vaikeaa erottaa yksityinen ja julkinen – Vie eteenpäin yksityisen ja julkisen sekoittumista – Hämräytyvä raja yksityisen ja julkisen välillä, ts. panoptikon-efekti.*

Pari vastaajaa valottaa hieman vuolaammin sitä, mihin yksityisen ja julkisen rajan hämärtyminen Facebookissa heistä liittyy:

*Joskus yksityisen ja julkisen rajaa on vaikea vetää. Toiset esim. laittavat kuvia muista ihmisistä Facebookiin kysymättä lupaa, eivätkä kaikki pidä siitä. Tai jos ihmissuhde katkeaa, joutuu seuraamaan kyseisen ihmisen elämää jatkossakin, jos ei siten halua luopua Facebook-kaveruudesta, mihin on melko iso*

*kynnys. Ei siis voi itse valita, mitä tietoa haluaa vastaanottaa ja mitä ei.*

*Vaikea tietää missä menee järkevät rajat yksityisen ja julkisen välillä. Eli esimerkiksi sen päättäminen, kuka näkee statukseni ja kuka ei. Ja se, että tieto säilyy verkossa – ja jos vanhana kaduttaa, niin ei voi enää mitään.*

Poiminnat havainnollistavat, että epämukavalta tuntuva yksityisen ja julkisen rajan sekoittumisessa on kyse omien, henkilökohtaisiksi miellettyjen asioiden päättämisestä muiden avoimesti nähtäville ja seurattavaksi Facebookissa. Kun yksityisen ja julkisen rajalinja liudentuu, käy vaikeaksi sekä suojata omaan henkilöön liittyviä tietoja tai vain omiksi mieltäytyä aineistoja että hallita niiden leviämistä ja käyttöä. Käyttäjällä ei ole hallintavaltaa myöskään siihen, mitä hänen itsensä ulottuville ja nähtäväkseen päätyy. Ikävän kokemuksen ytimessä on lisäksi Facebookin ja yleisemmin verkkoympäristön se erityispiirre, että niissä itseä koskevat tiedot ja materiaalit ovat myös jatkossa löydettävissä rajoittamattoman ajan.

### *Liika avoimuus ja julkisuus*

Edellä kävi ilmi, että yksityisyyden ongelmat sekä yksityisen ja julkisen rajan hämärtyminen Facebookissa liittyvät kokemukseen uhasta omien tietojen tai aineistojen turvaamiselle tai niiden suojaamiselle tai salassa pitämiselle. Kun käyttäjät lähestyvät Facebookin huonoutta *julkisuuden ongelmien* kannalta, lähtökohtana on tietojen paljastaminen tai niiden liian avoin ja laaja muille näkyminen. Vastaavasti yksityisen ja julkisen rajalinjaa lähestytään nyt salaamisen sijasta avoimuuden ja julkisuuden suunnasta.

Julkisuuden ongelmista lähimmäksi yksityisyyskysymysten rajapintaa – ja osin sen kanssa limittyen – sijoittuvat maininnat, joissa viitataan Facebookin itsensä avoimuuteen tai siihen avoimuuteen ja julkiseen näkymiseen, jonka palvelu käyttäjille mahdollistaa ja johon se tuntuu heittä myös kannustavan. Usein kokemus kietoutuu sivuston teknisiin ominaisuuksiin: *Liian paljastava – Liian avoin, paljastaa käyttäjistään liikaa. Kaikkia paljastuksia ei voi itse estää – ehkä liian avoin että tiedot voi mennä sinne minne ei välttämättä haluaisi niin menevän, vaikka asetuksilla saa sitä kyllä muutettua, mutta varmuutta siitäkään ei ole – avoimuus, profiilin julkaisu ja ylläpidon tekemät profiilin asetusmuutokset kausittain*

*jolloin oma profiili voi näkyä huomaamatta 'koko kansalle' – kaverilla 400 kaverin kavereita xxxxx eli yksi klikkaus voi avata profiilin näkymisen tuhansille tuntemattomille – oletusarvoisesti liian avoin (kaverilistat julkisia yms...)*

Facebookin liialliseksi koettuun avoimuuteen liittyy havainto, että sivusto tuo käyttäjät niin helposti muiden ulottuville – ja silloinkin kun itse ei sitä haluaisi: *Joskus voi olla liian helposti tavoitettavissa – liika tavoitettavuus – Sinut löytää/tavoittaa kuka vain – On helposti saatavilla – Että jotkut sellaiset ihmiset, joista on halunnut päästä eroon löytävät minut Facebookista siitäkin huolimatta, että olen yrittänyt heidät blokata.*

Facebookin avoimen julkinen luonne nimetään sen huonoksi puoleksi myös suoraan ja lakonisesti: *julkisuus – liika julkisuus – Avoimuus ja julkisuus – julkinen, avoin – julkisuus (vaikka suodattimia olemassa) – liiankin julkinen – täysi julkisuus – julkisuusongelmat.*

Joissakin luonnehdinnoista pilkahtaa lisäksi esiin, että julkisuus liittyy vastaajien mielissä joko yleisesti tietojen ja aineistojen laajaan näkyyvyyteen tai erityisesti henkilökohtaisten ja yksityisiksi miellettyjen tietojen, asioiden tai viestien päätymiseen liian laajaan 'jakeluun': *sisällön julkisuus – huolettaa myös palvelun julkiseksi tekeminen, nykyään kaikkia tietojansa ei saa enää piiloon tuntemattomilta, esimerkiksi fanisivuja ja profiilikuvaa – En aina tule ajatelleeksi kun kommentoin kaverin status esimerkiksi. että kaverilla ehkä onkin julkinen seinä, jonka voivat nähdä kaikki maailman ihmiset – julkisuus, tietojen hallitsematon leviäminen, liikaa tietoa nettiin..? – liiallinen julkisuus (joskus ihan yksityisille tarkoitettujen viestin kulkeutuminen tuhansien luettavaksi).*

Yksi tapa määritellä julkisuus sosiokulttuurisena ilmiönä on periaate että 'kaikki tietävät' ja pidemmälle mennessä 'kaikki tietävät että kaikki tietävät'. Facebookin julkisuus tässä 'kaiken tietämisen' mielessä – ja eritoten koskien käyttäjien omia asioita ja tekemisiä – nousee vastauksissa kielteisenä kokemuksena esiin sangen usein. Huomiota kiinnittää tällöin yhtäältä se, että tietäminen kiinnittyy usein näkemiseen ja toisaalta se, että kaiken tietäjien joukon – ja siten palvelun luoman julkisen (näkymisen) piirin ja oletetun yleisön – laajuus vaihtelee kavereista koko maailmaan: *kaikki kaverit tietää mitä sinulle kuuluu – kaikki tietää mun asiat (jos siis vaikka päivitän statukseni) – kaikki pienetkin tekemäsi asiat näkyvät kaikilla kavereilla ja toisaalta itse joudut silmäilemään muiden tekemisiä – Ennen asioista kertoi ehkä lähimmille ystäville, nyt jos jonkun*

*asian laittaa facebookkiin, sen tietää kaikki – Facebook mahdollistaa että tietää 'kaiken kaikista kaiken aikaa', mikä aina ei välttämättä ole positiivista – 'Kaikki näkyy kaikille' – koko maailma periaatteessa tietää paljon itsestä.*

Facebookin mahdollistama omista ja muiden asioista 'kaiken tietäminen' herättää joissakin käyttäjissä outouden tai ahdistuksen kokemuksia: *Kaikki tietävät toistensa asiat, tuntuu jopa absurdilta tietää ihmisten asiat, vaikei ole heitä vuosiin nähnytkään – Ahdistavaa kun yhtäkkiä kaikki tietävät mitä kaikki tekevät vaikka aitoa kanssakäymistä ei ole tapahtunut.* Maininnoissa pilkahtaa esiin, että joidenkin käyttäjien kokemuksessa Facebookin julkisuudesta kietoutuvat epämurkulla tavalla yhteen uudenlainen teknologiavälitteinen yhteydenpito ja alustan samanaikainen luonne virtuaalisena julkisuustilana, jossa ihmiset ovat esillä ja tulevat muiden tulkitsemiksi kulttuuristen merkkien välityksellä ja mediaesiintyjän tapaan.

Facebookin avoimuuden ja julkisuuden koetaan aiheuttavan myös lieveilmiöitä, joista yksi on se, että itseä koskevaa tietoa tai omia materiaaleja kuten kuvia leviää sellaisten ihmisten ulottuville, joiden ei haluaisi niitä näkevän. Nämä 'väärät' vastaanottajat ovat puolittettuja, kavereiden kavereita tai jopa itselle täysin vieraita Facebookin käyttäjiä: *asioiden leviäminen myös niille, jotka eivät kuulu ystäviini – hyvän päivän tutut saavat tietää liikaa asioistani – ei-toivotut ihmiset voivat selailla profiiliasi – Täysin vieraat ihmiset voivat päästä käsiksi kuviini ja profiiliini.*

Pidemmälle mennessä Facebookin liiallisen avoimuuden huono puoli on, että se mahdollistaa joutumisen tirkistelyyn ja jopa vakoiluun kohteeksi. Näiden danah boydin (2008a, 2009) tarkoittamien 'näkömättömien yleisöjen' kirjo ulottuu kenestä tahansa uteliaasta urkkimishaluiseen työnantajaan: *Uteliaat pystyvät melko helposti seuraamaan toisten kirjoitte-luja tai kuvia – Porukka pääsee aika helpolla tiirailemaan kuvia ja muita tietoja – Työnantajien mahdollisuus vakoilla, facebookissa ei kannata julkaista mitään, mitä et julkaisisi muuallakin.*

Facebookin lieveilmiöitä ruokkiva avoimuus liittyy käyttäjien kokemuksessa usein epäsuorasti sivuston luonteeseen, joka tekee harkitsemattoman omista asioista lavertelun helpoksi. Liian avointa käyttäytymistä on omiaan edesauttamaan tietämättömyys yksityisyysasetuksista: *tulee huomaamattaan kertoneeksi itsestään paljon eli profiili paljastuu helposti*

*fanitusten ja ryhmäjäsenyyksien kautta – Menee etiketti helposti sekaisin. Voi olla liian avoin. Ei tiedä miten laajasti kirjoitukset leviävät – Palvelussa on myös helppo unohtaa, kuinka suurelle lukijajoukolla ajatuksiaan jakaa – vahingossa voi avautua liikaa omasta elämästään – Tahtomattaan saattaa paljastaa liikaa itsestään – helppoa avautua liikaa, antaa omia mielipiteitäni suuremmalle yleisölle – Jos yksityisyysasetuksiin ei kunnolla perehdy, voi tietämättään julkaista koko maailmalle asioita joita ei haluaisi aivan kaikkien tietävän.*

Huomattavasti useammin kuin omaan avomieliseen toimintaansa vastaajat suhtautuvat kriittisesti muiden Facebookissa olijojen ylenpalttiseen avautumiseen sivustolla. Kiusaantuneisuuden tai ärsyyntyneisyyden kokemus syntyy siitä, että Facebookin julkiseksi mielttyvään tilaan tuodaan omia (tai muiden) henkilökohtaisia ja intiimejäkin asioita ja ylitetään näin kiusalliselta tuntuvalta tavalla yksityisen ja julkisen kulttuurin raja: *Ihmiset eivät aina ymmärrä missä yksityisyyden raja menee ja julkaisevat liian henkilökohtaisia asioita itsestään FB:ssä – Liian helposti ihmiset kertovat asioita itsestään joita ei tarvitsisi kaikelle maailmalle huutaa – Jotkut eivät ymmärrä fb:n julkisuutta tarpeeksi hyvin vaan repostelevat yksityisasiotaan liian avoimesti – Jotkut ihmiset kertovat FB:ssä liian henkilökohtaisia asioita ymmärtämättä, että kaikki pääsevät lukemaan niitä – ihmiset avautuvat henkilökohtaisista asioista, joista ei niin julkisesti tarvitsisi – joskus joku ehkä avautuu liikaa esim. statuksessaan ajattelematta että kaikki tosiaan näkevät mitä hän on kirjoittanut – Yksityisyys ja yksityisyysasiat helposti liian julkisiksi.*

Toisten 'arvostelukyvyn hämärtyminen' Facebookissa saa yhden vastaajan suorastaan kuuhuksiin:

*Monesti asioita jotka selvästi kuuluisivat vain kahden ihmisen väliseen kanssakäymiseen huudellaan yleisillä seinillä. Ei myöskään ymmärretä minkälainen vaikutus saattaa olla ainaisilla kannikuvilla, ym. mitä FB:hen postataan. FB:ssä kaikki on liiankin helppoa joten helposti ryöpsähtää yli äyräiden – uskon, että moni ei perustaisi blogia ja kertoisi samoja juttuja kuin FB:ssä. Välillä tulee itselle sellainen syvä myötähäpeä eikä oikein tiedä pitäisikö asianomaisille tästä vinkata. Varsinkin kun kyseessä on jo reippaasti teini-iän ohittaneet ihmiset.*

Merkittävä Facebook-julkisuuden huono puoli on edelleen omien materiaalien (eritoten kuvien) holtiton leviäminen palvelussa sekä mahdot-

tomuus hallita omaa muiden kuvissa näkymistä. Myös nyt muiden käyttäjien ajattelematon toiminta kietoutuu siihen, mitä Facebook palveluna mahdollistaa. Turhautumista ja ärtymystä herättää erityisesti se, että toisten toiminnalla on itseen kohdistuvia – usein omaan julkisesti tietynlaisena näkymiseen liittyviä – seurauksia: *Kuvia on liiankin helppo jakaa; omia kuviaan ei voi valvoa (ja kyllä, tämä ON oikea ongelma! – Ystävien FB:iin lisäämät kuvat, joissa itse on mukana ja jotka eivät aina ole niitä kaikkein edustavimpia – Omien kuvien ja muiden tietojen näkymistä on vaikea hallita – saatan näyttäytyä joillekin ihmisille erilaisessa valossa, kuin missä haluaisin – Puolitutut voivat kirjoitella typeriä juttuja omalle seinälle muiden nähtäväksi ja paljastaa vahingossa asioita, joita ei mielellään levittelisi kaikille ylä-aste kavereille – Ystävät ovat laittaneet facebookiin minusta kuvia, jotka eivät ole olleet niitä parhaimpia. Kuvien lisääminen on mielestäni turhankin helppoa.*

Facebook-julkisuus lieveilmiöineen on saanut osan vastaajista rajoittamaan omaa toimintaansa sivustolla: *tympeää on myös se, kun tuttavat tuntuvat tietävän kaiken toistensa tekemisistä statuspäivityksiä lukemalla. Itse vältän tästä syystä statuspäivittämistä varsin pitkälle – En voi olla varma kuinka suuri joukko todella näkee sivuilleni. Mitään kovin henkilökohtaista en voi julkaista, koska niin monet pääsevät sivulleni – Mun asiat eivät kuulu kaikille, edes kaikille kavereille. Siispä en kirjoittele seinille tai mitä ajattelet -kohtaan, vaan lähetän ainoastaan henk.koht. viestejä – omat asiani eivät kuulu ihmisille, joiden kanssa en tosielämässä edes vaihda muutamaa sanaa. En kerro facebookissa itsestäni julkisesti juuri mitään – Aina ei voi olla varma kuka näkee mitäkin suorittamiani toimintoja. Jätän kirjoittamatta naamakirjaan asiat joita en toivo joidenkin näkevän.*

Toisaalta merkille pannaan, että oman näkymisen rajoittaminen on palvelussa hankalaa: *liian yleinen, tarvitsisi pystyä rajata paremmin kelle haluaa mitäkin kertoa ja näyttää – Pitäisi olla helpommin määriteltävissä ketkä näkevät mitäkin, esim äiti ja opiskelijakaverit voivat olla hieman eri mieltä edellisen illan ryyppäjäiskuvista... – vaikea hallinnoida omaa julkisuutta vaikka kuinka yrittäisi tavata.*

Verrattuna siihen, kuinka monia vastaajia ärsyttää tai kiusaa toisten usein vahingossa tapahtuva 'avautuminen' Facebookissa, sangen harva nostaa sivuston huonona puolena esiin itseä tietoisesti korostavan muille



esiintymisen. Vastausten pohjalta jää auki, kertooko tällaisten mainintojen vähäisyys siitä, että performatiivista 'minän julkista esittämistä' ei Facebookissa juuri ole vaiko kenties siitä, että jos sitä on, se ei aiheuta pahemmin ärsytystä. Jokunen maininta silti löytyy: *huomion hakeminen statuspäivityksillä – ihmiset luovat itsestään imagoa – huomiohakuiset ihmiset siellä esittelee tekemisistään – monille vain paikka pönkittää egoaan lataamalla hyvän näköisiä kuvia – Ärsyttävä 'poseeraus' ja imagonrakennus.*

### *Viestittelyn keveys ja kaikenkarvainen kaveruus*

Monet Facebookin julkisuudessa huonoiksi koetut huonot puolet kytkeytyvät käyttäjien kokemuksessa siihen, että sivusto on laajentanut ennen näkemättömällä tavalla ihmisten sosiaalisten suhteiden määrää ja vaikuttanut samalla myös keskinäisen yhteyksissä olemisen luonteeseen. Facebookin tunnistetaan muokanneen vakiintuneita yhteydenpidon ja viestittelyn käytäntöjä uuteen uskoon ja kenties jopa synnyttäneen uudenlaiseksi kutsuttavissa olevan teknologia- ja mediavälitteisen kaverina olemisen tavan tai vielä spesifimmin 'Facebook-kaveruuden'. Siinä havaitut ominaispiirteet suhteutuvat laaja-alaisempaan huomioon keskinäisviestinnällisten yhteyksien muuttumisesta sivuston myötä.

Ennen Facebookin kaveruuskäytäntöjen lähempää tarkastelua onkin kiinnostavaa nostaa esiin käyttäjien ikäviä kokemuksia siitä, miten oma yhteydenpito on siirtynyt tai painottunut Facebookissa tapahtuvaksi. Kasvokkaiset tapaamiset ja puhelimen kautta toteutuva kanssakäyminen tuntuvat vähentyneen, ja tutuista ne jotka eivät ole Facebookissa ovat alkaneet syrjäytyä viestintäyhteyksien piiristä. Melkoinen osa vastaajista kokee myös, että Facebook on vaikuttanut kielteisesti viestinnän luonteeseen: sivusto on tehnyt yhteyksissä olemisen ja viestimisen liian helpoksi, kevyeksi ja pinnalliseksi; tämä vieraannuttaa ihmisiä toisistaan ja rajaa ikävät asiat viestinnän ulkopuolelle. Seuraavat poiminnat havainnollistavat tällaista kokemusta: *Tuttujen kuulumiset ovat useimmiten joko naminami-positiivisuutta, liibalaabaa, ketään kiinnostamatonta faktaa menemisistä, tai valitusta. Omatkin kuulumiset ovat useimmiten jotain edellä mainituista – Vuorovaikutus on pinnallista; muiden nähtäville ei mielellään laita mitään kielteistä, vaikka jokin tärkeä asia painaisikin mieltä – Joku saattaa kertoa Facebookissa tekemisistään muutaman tunnin välein,*

*mutta silti lukija ei voi tietää, mitä ihmiselle oikeasti kuuluu. Hän on ehkä käynyt kuntosalilla ja syönyt pitsan, muttei kerro mitään siitä, että on juuri saanut diagnoosin jostakin sairaudesta – haluaa julkaista vain hyviä asioita, joten surut voivat jäädä jakamatta läheisimpienkin ystävien kanssa.*

Joukossa on pidemmällekin meneviä tulkintoja Facebookin vaikutuksista ihmisten väliseen viestintään. Esiin saatetaan esimerkiksi tuoda, että Facebook vierottaa todellisesta yhteydenpidosta ja aidosta kontaktista ihmisten välillä – syrjäytymistä edistävä, hävittää sellaisen oikeanlaisen kanssakäymisen – systeemi välineellistää ihmissuhteita – Kaveri/ystävyyssuhteet virittyvät sellaisiksi joita netissä uskaltaa julkaista – näennäinen sosiaalisuus, ei oikeaa vuorovaikutusta – ei kovin helposti kannusta syvälliseen sosiaalisuuteen – Näännäisvuorovaikutus – muka-sosiaalisuus – epäsosiaalinen sosiaalisuus.

Yksi pidemmälle menevä tulkinta Facebook-viestinnästä liittyy yhteydessä olemisen ja siihen perustuvan yhteisöllisyyden kuvitelmaluonteeseen: *tulee helposti tunne että on yhteydessä johonkin henkilöön, vaikka tosi asiassa lukee vain tämän fb-statuspäivityksiä – yhteydenpidon illuusio – syntyy mielikuva yhteydenpidosta ja läheisyydestä, vaikka ei olisi nähnyt tosi pitkään aikaan – illuusio valtavasta yhteisöllisyydestä – illuusio, että olisi sosiaalista elämää, vaikka oikeasti ei sitä ole.* Äärimmillään katsotaan, että Facebookin lupaus yhteisöllisyydestä voi saada sairaalloisia seurauksia:

*Jos oma elämäntilanne ei ole kohdallaan, fb:n yhteisöllisyys saattaa aiheuttaa ikävän harhan, jolloin siihen saattaa takertua liikaa, siitä tulee elämän keskeisin ja ainoa viestintäväline ja kun se ei sitä välttämättä muille ihmisille ole, yksinäisyyden tunne saattaa voimistua valtavasti. Riittää, että jos on yksin kotona, ei ole puhunut kenenkään elävän ihmisen kanssa vaikka viikkoon. päivittää innoissaan statustaan, josko jossakin joku jaksaisi innostua ja kun kukaan ei reagoi, yksinäisyyden tunne on huimaava. Eli fb:n yhteisöllisyys toimii vain terveeltä pohjalta, silloin kun se ei ole ainoa saatavilla oleva tai mahdollinen kommunikaatiokanava.*

Facebookin kielteisiksi havaitut keskinäisviestinnälliset piirteet linkittyvät kiintoisasti kokemuksiin sivustolla muotoutuvista kaveruuskäytännöistä. Vahvoja epämiellyttäviä tuntemuksia herättävät ensiksikin kaverikutsujen

saamisen, hyväksymisen ja hylkäämisen tietyt puolet.<sup>40</sup> Erityisen merkillepantavaa on, että samalla kun Facebook on helpottanut uudella tavalla kaveriksi pyytämistä ja sellaiseksi ryhtymistä, se on tehnyt kaveruudesta kieltäytymisen hankalaksi. Sivuston huonona puolena nousevatkin esiin erityisesti sellaiset kaveripyynnöt, jotka tuntuvat epämieluisilta mutta joiden torjuminen on samaan aikaan hyvin vaikeaa.

Tällaisiin kaveripyyntöihin viitataan Facebookin huonona puolena ensiksikin yleisellä tasolla seuraavaan tapaan: *ei toivotut kaveripyynnöt – vaivaannuttavat kaveripyynnöt – Epämieluisat kaverikutsut.*

Useimmiten kiusaantuneisuutta kuitenkin aiheuttavat nimenomaisesti kaverikutsut henkilöiltä, joita vastaaja ei oikeastaan tai ehkä ei lainkaan tunne, joiden kanssa hän ei ole muutoin tekemisissä tai joihin hän ei haluaisi palauttaa aiempaa yhteyttä: *hyvänäpäiväntutut pyrkivät kavereiksi – Kaveriksi haluaa henkilöitä joita en oikein edes tunne – puolittuntemattomien ihmisten kaveripyynnöt – ihmiset, joiden kanssa olet ollut hetkellisesti tekemisissä 20v sitten luulevat, että on ihan ok kaveroitua – Ystäväkutsut ihmisiltä, esim. todella vanhat koulukaverit, joihin ei muutenkaan pitäisi yhteyttä – Vieraat ihmiset voivat pyytää kaverikseen – Omituiset kaveripyynnöt ihmisiltä, joita en ole koskaan tavannut – kavereiksi tunkevat ihmiset, joista ei ole koskaan kuullutkaan – jotkut ihmiset saattavat pyytää minua FB-kaverikseen, vaikka en heitä tuntisi kovinkaan hyvin tai vaikka en haluaisi (enää) olla heidän kanssaan yhteyksissä.*

Osan epämieluisien kaverikutsujen esittäjistä koetaan lisäksi olevan niin kutsuttuja kaverikeräilijöitä, joilta tietää saavansa kaverikutsun joskus vain siksi, että joku keräilee naamoja ystävägalleriaansa tai jotka pyytävät kaverikseen vain jotta voivat kartuttaa kaverimäärä-numeroaan.

Kaverikutsuista on vaikeaa kieltäytyä ennen muuta siksi, että torjunnan uskotaan aiheuttavan mielipahaa ja noloistumista sekä synnyttävän kiusallisia tilanteita, ja tätä halutaan välttää: *tuntuu tyllyltä kieltäytyä kaveripyynnöstä – Kaveripyyntöjä ihmisiltä, joita et miellä kaveriksi ja noloa olla suostumatta kaveripyyntöön – Ihmiset, joita en koe ystävikseni, pyytävät ystävikseen. Tämä aiheuttaa joskus kiusallisia tilanteita – nolottaa*

---

40 Kuten toin luvun alussa esiin, Facebookissa toteutuva kaveruus nousee sivuston yhdeksi merkittävimmistä huonoista puolista, jos mukaan sisällytetään yhteyksien laajenemisen aiheuttama kiusaantuneisuus tai ärtymys.

Vertailun vuoksi voi todeta, että mainintoja, joissa Facebookin huonona puolena pidettiin sitä, että kaikki omasta tuttavapiiristä eivät vielä ole sivustolla, oli vastauksissa yhteensä noin tusinan verran.

*tavata livenä joku jonka kaveripyyntöä ei ole hyväksynyt ja siksi 'joutuu' hyväksymään monia, joista ei oikeassa elämässä käyttäisi sanaa kaveri – Kaveripyyntöistä kieltäytymisestä tulee paha mieli: usein ei haluaisi ottaa tiettyä ihmistä kaveriksi, muttei kehtaa kieltäytyäkään.*

Halu ehkäistä tällainen 'goffmanilainen' kasvojen menettäminen pakottaa hyväksymään kaverikutsun silloinkin, kun se tuntuu erityisen vastenmieliseltä: ärsyttää kaveripyyntöt 'ei toivotuilta -henkilöiltä', sillä useinkaan en kehtaa jättää hyväksymättä pyyntöä, vaikka oikeasti en haluaisi olla henkilön kanssa tekemisissä muuten kuin sattumalta. Tai kuten yksi vastaaja tykittää,

*inhottavinta Facebookissa on se, kuinka menneisyydestä – 30 vuoden takaa – kumpuaa ystäväksi semmoista sakkia, joita mieluiten katselisi rynnäkkökiväärin tähtäimen läpi. Mutta kun ei aikuinen ihminen voi oikein kieltäytyäkään, vaikka tekisi mieli lähinnä haistattaa pitkät paskat näille ns. kavereille.*

Pari vastaajaa tuokin epämieluisiksi kokemiensa kaverikutsujen yhteydessä esiin, että kyseessä on *ei-toivottujen ystävien pakkohyväksyminen* – 'pakko' hyväksyä kaveriksi *sosiaalisen paineen alla*. Yksi vastaajista käyttää tässä yhteydessä termiä 'pakkokaverit' ja toinen termiä *näennäiskaveruus*. Jokunen vastaaja puolestaan viittaa Facebookille ominaisiin kaveruuskäytänteisiin tuomalla esiin, että sivuston myötä on seurannut 'ystävän' käsitteen ymmärtämisen muuttuminen. (Tyyliin: 'Joo, on se mun fystävä facebookissa, mutta en mä sitä oikeen kyllä tunne.') – käsitteen 'ystävä' hämäryys. Tai kuten pari vastaajaa muotoilee, Facebookin kaveruus antaa ystävyydestä turhan pintapuolisen kuvan, ja sivuston yhteydessä 'ystävä' tarkoittaa puolittutua.

Kannattaa huomata, että kuvatulla 'pakkokaveruudella' ja 'näennäiskaveruudella' on mitä ilmeisimmin syvällisiä vaikutuksia sekä tapoihin, joilla ihmiset viestivät ja vuorovaikuttavat Facebookissa, kokemuksiin yksityisyydestä ja julkisuudesta sivustolla että siihen, miltä palvelussa olominen monista tuntuu. Muutama vastaaja esimerkiksi huomauttaa, että tietyt kaveripyyntöt ovat epämiellyttäviä, koska niiden hyväksyminen avaa ei-toivotuille henkilöille pääsyn omiin asioihin ja aineistoihin. Sosiaalinen velvoite pyynnön hyväksymiseen on silti näissäkin tapauksissa vahva: *sel-laisen ihmisen, jota näen säännöllisesti, kaveripyyntöä en kehtaa ohittaa mutta en haluaisi tämän ihmisen näkevän kaikkea omasta profiilistani*

*– en kehtaa olla hyväksymättä sellaisten ihmisten kaveripyyntöjä, joiden en tahtoisi näkevän statuksiani ja kuviani.*

Oma lukunsa on vielä kokemus Facebookin kaverikutsukäytännön huonoudesta itsessään – yhtäältä rasittava tuntu siitä, että täytyy jatkuvasti arvioida ja tehdä ratkaisuja, kenen ystävä haluaa olla ja toisaalta kokemus, että suhteet ihmisiin tämän myötä mutkistuvat ja niitä joutuu koko ajan pähkäilemään: *'Sosiaaliset' ongelmat, eli keiden ystävyyspyynnöistä kehtaa kieltäytyä, keitä tohtii pyytää kaveriksi, ja keitä pitäisi poistaa – Sosialisoinnin monimutkaistuminen jossain määrin. Esim. jos joku on muuten mielestäsi hyvä tyyppi mutta et ole kiinnostunut hänestä facebook-kaverina ja siksi hylkää hänen kaveripyyntönsä, yllättävä kohtaaminen voi olla kiusallinen – Uudet (moraaliset) ongelmat ystäväksi suostumisessa. Pitää osata päättää, kuinka tuttuja ihmisiä kaveriksi lisää – FB vaatii uusia etikettisääntöjä. Joskus on vaikeata tietää, saako olla hyväksymättä ihmisiä FB-kavereiksi yms.*

Kun otetaan huomioon, kuinka korkea kynnys kaverikutsuista kieltäytymiseen on, ei hämmästyttä, että Facebook on laajentanut monien käyttäjiensä yhteyksien määrää epämielikkäiltä tuntuviin ja vaikeasti hallittaviin mittoihin. Seurauksena on ollut, kuten yksi vastaaja luonnehtii, yli äyräidensä leviävä *'liikakaveruus'*. Asiaa kuvataan myös seuraavasti: *liian 'laaja' ystäväpiiri (aluska tuli haalittua puolittuttujakin kaveriksi) – Kaveripiiri kasvaa helposti liian isoksi – 'Ystävien' liika määrä – Pidemmän ajan päälle kaverit vaan lisääntyvät ja lisääntyvät – FB on levinnyt yli kaverirajojen – Kaveripyyntöjä tulee ja riski siihen, että homma karkaa käsistä, tuntuu olevan olemassa – Verkkososiaalisuus räjähtää helposti käsiin.*

Kaveripiirin laajenemista on vaikea hallita sikäläkin, että kerran kavereiksi hyväksytyistä on hankala päästä myöhemmin eroon: *ajan mittaan listalle myös kertyy vanhoja tuttuja, jotka sietäisi poistaa mutta sitäköön ei kehtaa kohteliaisuussyistä tehdä – joskus tekisi mieli poistaa joku kavereistaan muttei oikein kehtaa tehdä sitä – vanhat tuttavuudet on vaikea poistaa – ihmisten poisto kaverilistalta on sosiaalisen paineen vuoksi vaikea – en myöskään halua poistaa kavereita, koska pelkään että he huo- maavat sen.*

Kun edelleen muistetaan, millaisia kaveripyyntöjä vastaajat kokevat olevansa pakotettuja hyväksymään, ei yllätä sekään, että Facebookin *'pö- höttyneessä'* kaveripiirissä on kavereina ihmisiä joita ei oikeastaan tunne

*– Liikaa tarpeettomia puolituttuja – kaverit eivät aina ole edes oikeita kavereita – Tärkeämmät kaverit hukkuvat tuttujen sekaan. Kavereiden joukossa on myös paljon sellaisia, joiden kanssa ei ole IRL missään tekemisissä, todellisuudessa hädin tuskin moikataan – joihin ei tule pidettyä yhteyttä mahdollisuudesta huolimatta – joiden kanssa ei 'oikeassa elämässä' edes ikinä juttelisi. Lisäksi mukana poreilevat ihmiset, joiden kuulumiset ei kiinnosta – joiden touhut eivät kiinnosta tai joiden kanssa ei ole juurikaan mitään puhuttavaa / sanottavaa. Lopulta väentungoksen seasta löytyvät myös ei toivotut yhteydet, kuten hyvän päivän tutut, joiden kanssa ei välttämättä halua olla tekemisissä.*

Viime mainitut ovat juuri niitä vaikeasti torjuttavien kaverikutsujen yhteydessä mainittuja puolituttuja tai muuten kavereiksi tuppautuvia epämieluisia henkilöitä, *joiden kanssa ei haluaisi kaikkea jakaa – joille ei haluaisi paljastaa välttämättä ihan kaikkea – joiden ei halua näkevän tai tietävän liikaa – joiden ei haluaisi näkevän kaikkia statuksiaan ja seinäkirjoituksiaan – joiden ei oikeastaan haluaisi tietävän itsestään senkään vertaa.*

Yhteyksien osin vastentahtoinen ja hallitsemattomalta tuntuva lisääntyminen on samalla moninaistanut kaverijoukon koostumusta tavalla, joka tuntuu joistakin käyttäjistä kiusalliselta. Monien toisistaan ehkä suuresti poikkeavien kaverisuhteiden kokoutuminen yhdellä kertaa ja erottelematta osaksi samaa viestittelyn piiriä saattaa myös hankaloittaa omaa Facebookissa olemista: *helposti ystäväpiiri laajenee vähän liikaakin hyvänpäiväntuttuihin jolloin pitää tarkemmin ajatella mitä sinne kirjoittaa – liian monta korvaa kerralla, ts. kavereiden lisääntyessä pitää miettiä tarkasti mitä kirjoittaa – Kaverikirjon laajuus; naamatutuista sydänystävien kautta serkkuihin ja anoppiin. Aina pitää miettiä ennen kuin kirjoittaa mitään – Kun ystävänä on pomoja, kollegoita, kilpailevan yrityksen toimijoita, ex-rakastettuja jne jne, ei äidin/tädin äkkiväärät tai ylimakeat purkaukset tunnu aina ihan oikeaan osuulta.*

Yksi vastaaja pohtii kaveripiirin samanaikaisen laajenemisen ja kirjavoitumisen vaikutuksia omaan käyttäytymiseensä Facebookissa hieman laveammin valottaen samalla kiintoisasti sivuston luonnetta julkisena areenana sisällöntuottajan tai muille esiintyjän näkökulmasta. Asioistaan ja tekemisistään kertoessaan – ja samalla itseään ja elämänsä sivustolla esittäessään – käyttäjä ottaa huomioon oletetun vastaanottajakunnan sisäiset erot, ja tämä vaikuttaa hänen tapaansa viestiä:

*Yritän pitää kaverimääräni ehdottomasti alle kahdensadan, mieluiten noin 130-160:ssä. Vaikka toisaalta on mukavaa antaa ihmisten tietää omista menemisistään, välillä tulee olo, että jos vaikkapa kaukainen serkkuni lukee viimeisimmän statuspäivitykseni tai selailee kuva-albumeitani, hän voi hämmentyä tai jopa järkyttyä siitä, millainen ihminen olen. Facebookissa kaikki ovat kavereita samalla tasolla. Työkaverit ja entiset lukiokaverit saavat hetkessä selville uskonnollisen vakaumuksesi, poliittisen suuntasi sekä viime lauantaiyöaamun hengentuotteesi, vaikka 'tosielämässä' näistä olisivat perillä vain lähimmät ystäväsi, jos hekään.*

Kokemus kaveripiirin laajentumisen myötä monenkirjavaksi muuttuneesta yleisöstä resonoi vahvasti niiden mainintojen kanssa, joissa keskiöön Facebookin huonona puolena nostetaan *tarve miettiä kenelle ja miten viestinsä palvelussa osoittaa.*

Näissä maininnoissa epämukavuuden tunne kumpuaa siitä, että vastaanottajakunnan moninaisuus on pakko pitää koko ajan mielessä ja arvioida kulloinkin erikseen mitä oikein voi sanoa ja kuinka sanansa asettaa. Yhtäältä kyse on kaveripiiriin sisältyvistä 'pakko'- ja 'näennäiskavereista', joille ei haluaisi paljastaa yksityisiä, henkilökohtaisiksi miellettyjä asioita. Toisaalta monia huolettaa se, millaisen kuvan itsestään tulee Facebook-viestinnällään keillekin rakentaneeksi. Merkillepantavaa on, että molemmissa tapauksissa mielikuva yleisön kirjavuudesta pakottaa olemaan varpaillaan ja vaikuttaa suuresti oman viestinnän luonteeseen ja sisältöön: *Kun kaverijoukko on monenkirjava, joutuu miettimään tarkkaan, mitä kirjoittaa – Vaikeaa kertoa itsestään julkisesti kun samat tiedot näkyvät sekä ystäville, työtovereille, alaisille että asiakkaille – Facebookissa ovat myös tädit, äidit ja pomot. Informaation kontrollointi ja oman julkisuuskuvaan muotoilu vaativat tiettyä tasapainottelua – se, että jos kavereissa on esimerkiksi työkavereita, joutuu miettimään, mitä itsestään haluaa paljastaa – Välillä fb:ssä on vaikea hahmottaa sitä kenelle ja miten statuspäivityksiään tekee, pitäisikö pitää tietoisesti huolta omasta julkisesta brändistään esim. ammatillisesti, jolloin esim. sukulaistädit olisivat juutuista aivan ulkona vai uskaltautuako olemaan aivan oma itsensä – Pitää myös olla tarkkana, siitä, mitä sanoo ja mistä asiasta. Ei voi olla täysin rento 'oma itsensä' – Se kun pitää miettiä, mitä siellä sanoo tai tekee, tietynlainen teennäinen kulissin rakentaminen.*

## *Paha olla muiden kanssa*

Jo kaveriksi ryhtymisen ja kaverina olemisen luonnehdinnat edellä piirsivät kuvaa siitä, miltä Facebookissa oleminen tuntuu käyttäjistä silloin, kun se ei tunnu heistä hyvältä. Yhtenä Facebookin huonona puolena erottuvat myös yleisemmin kielteiset kokemukset sivustolla olemisesta ja muiden kanssa siellä viestimisestä. Nämä kokemukset valottavat niitä paikoin ahdistavia muotoja, joita ihmisten yhteiselämä saattaa Facebookissa saada.

Kun otetaan huomioon se osittain vastentahtoinen tapa, jolla monien käyttäjien suhdeverkosto Facebookissa on rakentunut, ei yllätä, että myöskään sivustolla muiden kanssa oleminen ei ole aina kovin miellyttävää. Moni käyttäjä onkin Facebook-ympäristössä yhteyksissä muihin ihmisiin vastoin tahtoaan, ja jotkut kokevat jopa joutuvansa siellä sosiaalisesti ahdistelluiksi: *pakko olla yhteydessä ihmisiin, joihin ei haluaisi – Yhteydenpito sellaisilta ihmisiltä, ketä ei ole nähnyt liveinä pitkään aikaan, tarkoituksella – yli-innokkaiden FB-käyttäjien lähestymiset – Joskus jotkut henkilöt yrittävät tulla liian läheisiksi fb:n kautta – Törmää useammin ihmisiin joita ei haluaisi nähdä.*

Edelleen missä 'kavereiden keräilijöihin' viitataan Facebookin huonona puolena epämieluisista kaverikutsuista kerrottaessa, siinä vastenmieliseksi koettu kaverikeräily saa ilmauksensa myös Facebookissa oltaessa. Suivaannus kumpuaa siitä, että kavereita keräillään sosiaalisen pätemisen ja epäterveeksi koetun kilpailun hengessä: *Hirveä kilpailu siitä, kenellä on eniten ystäviä. Itselläni ei ole niin paljon, niin tulee tunne, että minua pidetään jonkinlaisena hylkiönä – Ihmissuhteita 'keräillään' ja niillä kilpaillaan sosiaalisen statuksen kilvoittelu sillä, paljonko on esimerkiksi kavereita, jotka voivat olla vain kerran nähtyjä ihmisiä – Kaverihakuisuus. Facebookissa ei juurikaan ole kyse enää vain lähipiirin yhteydenpidosta, vaan kavereita haalitaan listoille jotta vaikuttaisi sosiaaliselta ihmiseltä – Monet pitävät Facebookia suosituimmuuskisana, kenellä on eniten kavereita voittoa.*

Muutamien havainnon tai ainakin vahvan epäilyn mukaan kavereita keräillään Facebookissa myös siksi, että päästäisiin urkkimaan toisten tekemisiä ja elämää. Kuten pari vastaajaa lataa: *kaveriksi pyydetään vain jotta voisi urkkia kuulumisia – Jotkut käyttävät muita ihmisiä hyväkseen keräämällä useita satoja 'kavereita' ja kylläämällä heidän sivujaan. Ajatuksen urkkimisesta saattaa herättää se, että osa ihmisistä ei päivitä itse ikinä*



*mitään – ovatko he FB:ssä vain urkkimassa toisten asioita? – Osa ystäväistä ei koskaan kirjoita itsestään mitään. Silloin herää epäily, että osa käyttäjistä haluaa vaan tirkistellä toisten elämää.*

Kaiken kaikkiaan tarkkailu, tirkistely, urkkiminen, kyttääminen, stalkkaaminen ja muut epäterveeksi nähdyt uteliaisuuden muodot herättävät vahvoja tunteita Facebookissa olemisen huonona puolena. Useimmiten vastaajia häiritsee se, että joutuu itse muiden käyttäjien seurattavaksi, mutta jokusta vastaajaa kiusaa havainto myös omasta liiallisesta uteliaisuudesta, jota palvelu tuntuu ruokkivan: *pelko siitä että ihmiset seuraavat elämäni liikaa – Se että sinua voidaan tarkkailla ilman suostumustasi – Jotkut ihmiset käyttävät sitä urkkimiseen – monille 'urkinta-kanava' – Stalkkauskulttuuri – tuntemattomat kyllät – Ihmiset kyttää ja arvostelee toisiaan – Armoton kylläys ahdistaa – Helppo joutua vaklaamisen kohteeksi! – kanssaihminen vakoilumahdollisuus on välillä ahdistava – Sosiaaliseen urkkimisen mahdollistava media (eräänlaista tirkistelyä, ei tee hyvää sielulle) – Urkkimisfiilis, urkittavana olemisen fiilis – Tulee kyttätyä kaiken maailman tuttuja, joiden kaveri ei edes ole facebookissa. Korostaa ja helpottaa urkintakulttuuria.*

Viestintään ja kanssakäymiseen Facebookissa sisältyy muitakin ahdistavia puolia, joista yksi on paine olla jatkuvasti kiinnostunut ja tietoinen kavereiden tekemisistä sekä vastaavasti velvoite pitää muut tiiviisti ajan tasalla omista tekemisistä. Jos ei toimi näin, itselle syntyy epämiellyttävä kokemus, että käyttäytyy huonosti ja rikkoo normeja: *Tuntuu että pitää vastata ihmisten kommentteihin ja hyvätahdon eleisiin – toisinaan tuntuu, että ihmiset olettavat kaiken heidän Facebookiin laittamansa informaation olevan kaikkien tiedossa ja näin tavallaan myös olettavan, että heidän statuksensa luetaan ja loukkaantuvan, jos sitä ei tehdä – Mulla kavereita paljon (vähän alle 500) eikä kaikki tajua etten voi-jaksa-halua seurata kaikkien tekemisiä. JOskus joku on päivittänyt statustaan ja siten 'piiloviestinyt' mulle tekemisiään. Ja ollut ihmeissään kun en ole ollut menemisistään tietoinen – Tulee tunne, että profilia pitäisi päivittää ja pitäisi kommentoida ja kertoa kuulumisiaan tarpeeksi usein. Muuten saa noottia, että miksei sinusta kuulu mitään – 'Velvoite' olla läsnä ja kommentoida tilaa jatkuvasti. (vaikka sitä ei olekaan) – yhteisön paine, että pitää päivittää profiliaan – Tuottaa tarpeettomia syyllisyyden ja epäilyn tunteita. Syyllisyyttä siitä, ettei ole kunnon fb-ihminen aktiivisesti statusta päivittämässä ja kommentoimassa toisten tekemisiä.*

Merkillepantavaa on, että velvoite pitää kaverit ajan tasalla koskee kuitenkin vain myönteisiä asioita. Tämä seikkahan nousi esiin myös edellisessä alaluvussa tarkasteltaessa kokemuksia Facebook-viestinnän pinnallisuudesta. Kuten yksi vastaaja muotoilee: *Facebookissa on painetta vaikuttaa menestyvältä, hyvinvoivalta ja sosiaaliselta – sosiaalisuuden kääntöpuolelta on siis, että elämään liittyvistä ongelmista pitää vaieta.*

Muutamat vastaajat katsovatkin, että Facebookissa on *mahdollisuus kulissielämään* tai että kyseessä on *valheellinen sosiaalisen kulissin rakentaminen – Ihmeellinen leikkimaailma – sosiaalisen profiilin/julkisivun ylläpito luo omia todellisuuksia.* Jokunen vastaaja huomauttaa yleisemmin, että palvelu voi luoda kuvan siitä, että *'elämä' sijaitsee internetissä – Luo liian vahvan mielikuvan ja tunteen siitä, että Facebook on maailma – luo rinnakkaistodellisuuden – on hämäävällä tavalla paska ja todellisuutta vääristävä – Ei tarvitse edes pukea vaatteita päälle tai laittaa meikkiä ja silti voi olla mukamas sosiaalinen – Syntyy uusi ja outo olemisen tapa, josta puuttuu poissaolemisen ja läsnäolemisen välinen dynamiikka.*

Facebookin luonteeseen tällaisena lumetodellisuutena liittyy läheisesti se, että sivusto antaa helposti täysin väärän kuvan puolitutuille; ihmiset luulee, että on vain sellainen tai juurikin sellainen mitä itse antaa FB:ssä julki – luo vääränlaisia ja epärealistisia illuusioita ihmisistä – Liika jonkun tyypin seinän analysointi voi antaa väärän kuvan ihmisestä, jos ei tunne häntä hyvin – Facebookissa ihmiset yrittävät liikaa näyttää itseltään parhaan puolen: FB-ystäviä pitää olla mahdoll. paljon ja statuspäivitykset ovat lajia *'Tulipas treenattua!'*

Omia Facebookissa muiden kanssa olemiseen liittyviä kielteisiä tunteita aiheuttaa, kun joutuu pohtimaan sitä, miksi joku ei pyydä ystäväksi, miksi tulit poistetuksi vanhan tutun kaverilistalta, miksi vanha koulukaveri ei hyväksynyt ystäväpyyntöä tai miksi joku ei vastannutkaan viestiin – Ahdistun myös jos joku on poistanut minut ystävistään (tuntuu vähemmän pahalta twitterissä jossa ei ole 'ystäviä' vaan jossa 'seurataan' muita), tai jos huomaan että minut on siirretty limited profiileen – Välillä saa tuntumaan olon yksinäiseksi (vertailee itseään muihin, ei ole saanut viestisiä tms).

Muutamia vastaajia kiusaa, että vapaa-aika ja työ – ja samalla työminä ja muu minä – uhkaavat Facebookissa sekoittua, ja näiden kahden välisen rajan pitäminen selvänä on vaikeaa: *työn ja vapaa-ajan sekoittuminen – en haluaisi sekoittaa työ- ja vapaa-aikaa facebookissa, siksi olen rajannut*

*oman profiilin näkyvyyttä hakutuloksissa – olen yrittänyt pitää fb:n vapaa-ajanviettopaikkana. en myöskään halua liittyä työn puolesta mihinkään ryhmään tms. – pitäisi olla työminä ja vapaa-aikaminä, kaksi eri tiliä.*

Yksi sangen monia Facebookissa olemisessa kiusaava seikka on joidenkin käyttäjien huonoksi tai asiattomaksi koettu käytös muita kohtaan, kuten toisten nolaaminen, ahdistelu ja muu häiriköinti – se, että *ei yhteisiä käytöstapoja, eri käyttäjät pitävät eri asioita hyväksyttävinä – ‘netin käyttöetiketti’ tuntuu unohtuvan ihmisiltä usein – Jotkut ihmiset voivat käyttää palvelua häiriköintiin – häiriköt saavat jalantilaa yhä enemmän ja enemmän – Facebookissa on helppo provosoida ja provosoitua, jos ei kykene hillitsemään omaa nettikäyttäytymistään.*

Facebookissa ilmenee – ja joidenkin mielestä sivusto jopa helpottaa – myös tuomittavan vihamielistä käyttäytymistä muita ihmisryhmiä kohtaan: *Mielipideasiat (esim. vihayhteisöt) kärjistyvät Facebookissa liisäten mahdollisesti jopa rasismia – Osa Facebookissa olevista ryhmistä on arveluttavia (esim. rasistisia tms.) – Jotkut sovellukset ja yhteisöt ovat loukkaavia muita ihmisryhmiä kohtaan eikä niiden julkaisuja kontrolloida tarpeeksi tehokkaasti – Viharyhmät, eli sellaiset joissa hyökätään hyvin aggressiivisesti ihmisiä tai ihmisryhmiä vastaan. (asioita vastaan saa minun puolestani vapaasti hyökätä)* – *Kaikista eniten hämmennystä aiheuttaa erilaiset äärioikeistolaiset ryhmät, jotka avoimesti esittävät vihansa, esimerkiksi maahanmuuttajia kohtaan.*

Toisentyyppinen Facebookissa olemisen huono puoli liittyy käyttäjien kokemuksiin siitä, että ihmiset tulkitsevat toisiaan sivustolla helposti väärin. Tästä seuraa, että virheelliset ja liian pikaiset päätelmät ovat tavallisia. Etenkin moniselitteisempiin viesteihin sisältyy sekaannusten riski: *saattaa johtaa väärinymmärryksiin koska kaikki non-verbaalinen viestintä puuttuu – Osa ihmisistä saattaa saada väärän käsityksen, kun ei ymmärrä huumoria – Oma huumori ja viesti ei aina mene perille kun kommentoi esim. statuksia – fb-statusien rivienvälejä luetaan turhan tarkkaan ja tehdään vääriä johtopäätöksiä – ku laittaa jotain esille, pitää varautua siihen että se ymmärretään väärin. Itse en esim. FB:n kautta ota millään tasolla kantaa esim. poliittisesti tai aatteellisesti.* Seuraava vastaaja kuvailee ongelmaa hieman seikkaperäisemmin:

*Tuntuu siltä, että ihmiset leikkivät Facebookissa keskenään eri pelisäännöin. On vaikea arvioida etukäteen, miten muut tulkitsevat omia tilapäivityksiä – ja miten ‘väärin’ itse tulkitsee*

*muiden statuksia. Ärsyttää, kun joku satunnaisempi fb-tuttavuus on tulkinnut omassa profiilissa kirjaimellisesti jotain, mikä itse on tarkoittanut vitsiksi tai sarkasmiksi. Vaikuttaa siltä, että fb-profiilien perusteella tehdään välillä hyvinkin pitkälle vietyjä oletuksia toisten ihmisten persoonallisuudesta.*

Yksi joidenkin ikäväksi kokema seuraus virhetulkinnoista on, että FB voi myös aiheuttaa 'draamaa' kavereiden ja tuttavien suhteissa kun seuraa muiden tekemisiä ja tekee niistä omia johtopäätöksiä.

Facebookissa myös juorut rehottavat ja harhaiset käsitykset leviävät vauhdilla: *Tiedon salaman nopea leviäminen ja vääristyminen – epätasällisyydet, valheet, huhut ja harhakäsitykset leviävät siellä liian nopeasti – Juorut leviävät statuspäivitysten vuoksi helposti – Juorut leviävät FB:ssä todella nopeasti eikä enää tiedä, mitkä pitävät paikkansa – Vainoharhat ja hullut huhut leviävät FB:ssä nopeasti!*

Omana Facebookissa olemisen huonona puolenaan erottuu muiden ihmisten 'tyhmyys' tai 'typeryys': *rasittavat ihmiset – Joidenkin ihmisten rasittavat puolet korostuvat – Rasittavia ihmisiä – osa ihmisistä on tylsiä ja ärsyttäviä – 'hölmöt' käyttäjät – ihmisten typeryys – saattaa monissa ryhmissä typerät ihmiset yhteen ja joukossa tyhmyys näyttää tiivistyvän – Tyhmät ihmiset – olen itse ainakin todennut jotkut hlöt ihan 'bimboiksi' heidän tekemiensä 'typerien' testien perusteella jne.*

Kuten edeltävä poiminta jo vihjaa, usein toisten ärsyttävyys liittyy johonkin näiden Facebookissa harrastamaan, typerältä tuntuvaan toimintaan. Huoleton tai holtiton suhtautuminen sovelluksiin sekä testien tekeminen ja pelien pelaaminen ovat selvästi tällaista toimintaa: *ihmisten tyhmyys ja heppouskoisuus kaikkiin kiertokirjeisiin yms. (tyyliin: liity faniksi, saat läppärin/ veneen/ auton/ lentokoneen/ avaruusaluksen/ kuun taivaalta...) – Jotkut ihmiset tekevät ihan liikaa ärsyttäviä testejä – pelit joihin jengi jää koukkuun ja kalastusyrietykset joihin typerimmät menee mukaan – FB:ssä on nykyään paljon ihmisiä, jotka eivät ota sitä vakavasti verkostoitumisen ja opintojen kannalta vaan pitävät sitä hupina. Koko sivusto on kovaa vauhtia muuttumassa pelkäsi pelipaikaksi – pelejä joiden tuloksia ihmisten on pakko tiedottaa uutissivuillaan kymmeniä päiviä – farmville ja mafia wars -facebookkaajat.*

Huomattavan usein huonoksi koetaan tapa, jolla toiset käyttäjät tekevät Facebookissa tietäväksi joko omia tai vastaajaan liittyviä

henkilökohtaisia asioita. Vaikka suoraa kytkentää julkisuuskysymyksiin ei näissä maininnoissa tehdäkään, on ilmeistä, että ärtymystä aiheuttaa osaltaan juuri muiden liika avoimuus henkilökohtaisiksi koetuista asioista. Erona julkisuuongelmia koskeviin mainintoihin on yhtäältä näkökulma ja toisaalta suhtautumisen emotionaalinen intensiteetti. Edellisissä tuodaan usein yleisellä tasolla pysyen ja sen intohimoisempaa kantaa ottamatta esiin, että Facebookissa on helppo vuodattaa ja tulla kertoneeksi asioistaan avoimemmin kuin oli tarkoitus tai että ihmiset eivät aina ymmärrä, että voivat tulla paljastaneeksi siellä itsestään liikaa. Nyt ärsytys kohdentuu nimenomaisesti toisiin ihmisiin ja/tai näiden toiminnan ajattelemattomuuteen, typeryyteen tai holtittomuuteen, joka saattaa herättää syväkin vastenmielisyyttä: *Koko elämänsä päivityksissä kertovat ihmiset, myöähäpeä.. ei kaikkea tarvitse kertoa – Joidenkin ihmisten täydellinen kyvyttömyys harkita mitä Facebookissa kertoa – ihmiset strippaavat henkisesti, irvokasta – Joskus fb muistuttaa vähän sosiaalista pornografiaa ellei ihmisillä ole tarpeeksi hyvä taju siitä, mitä kannattaa kirjoittaa – Sellaiset tyypit, jotka eivät osaa ollenkaan kontrolloida Facebookiin kirjoittamiaan asioita ärsyttävät ja ällöttävät.*

Niin ikään julkisuuskysymysten yhteydessä esiin noussut omien materiaalien kontrolloimaton leviäminen Facebookissa kiinnitetään nyt tuohtumusta ilmentävällä tavalla siihen, että muut saattavat tehdä myös itseä koskevista yksityisistä asioista julkisia: *Inhottaa kun ihmiset kirjoittelevat kaikkien näkyville yksityisasiota. On todella raivostuttavaa, kun ihmiset laittavat kuvia toisistaan kysymättä lupaa – Esim. en pidä siitä, jos joku kirjoittaa seinälleni kiitokset yhteisestä illanvietosta, koska sitten kaikki muutkin näkevät missä olen ollut ja kenen kanssa – en tykkää, että bile ym. kuvia lisätään omille sivuille ilman että kysytään kaikilta kuvissa näkyviltä lupa – Harmittaa, kun aikuiset ihmiset eivät ymmärrä olla laittamatta toisten (etenkin biletyt) kuvia kansioihinsa, josta kaikki ne näkevät – ärsyttää kun jotkut laittavat 'kaikki' kuvat (myös minusta tai perheenjäsenistä) FB:hen, ilman lupaa. En tykkää.*

### **Facebookin ahdistavuus symboliympäristönä**

Käyttäjien tuottamat sisällöt ja muu Facebookissa kiertävä aines rakentavat sivustoa tietynlaisena symboliympäristönä ja tällaisena tietyiltä osin hyvinkin vastenmieliseltä tuntuvana paikkana. Kokemuksissa Facebook-

ympäristön huonoudesta nousevat korostetusti esiin roska, krääsä tai spämmi.

Yksi puoli Facebookin koettua epämiellyttävyyttä ympäristönä on toisten käyttäjien viestittelyn ja näiden tuottaman tai toiminnallaan aiheuttaman sisällön suuri määrä. Aineistopaljous tuntuu monista raskaalta samalla kun oikeasti kiinnostavien asioiden pelätään saattavan hukkuu: *tietty sosiaalinen kuormittavuus: jos on aktiivinen käyttäjä, tuntuu välillä, että Facebookin kautta sataa tapahtumakutsuja, viestejä, kommentteja, chatissa on koko ajan joku, joka haluaa jutella – Liikaa hälyä – Turhaa sälää aivan liikaa – mediaähky (liikaa informaatiota tilasivuilla) – Informaatiotulva – infoähky yhdessä kanavassa – Liikaa tavaraa, liikaa asiaa, liikaa kaikkea, liikaa, informaatioähky – Olennainen asia hukkuu informaatiotulvaan – stressiä siitä, ettei ehdi vastata kaikille ja osallistua käynnissä oleviin keskusteluihin – Liikaa kaikkea; kaveriksi tuppautujia, pelejä, kilpailuita, mainoksia... – FB tuottaa myös informaatiovyöryn joka päivä ihmisten tekemisistä. Sellaista mun elämässä ei aikaisemmin ollut – Saa rauhattomaksi / kärsimättömäksi kun uutta materiaalia tulee koko ajan – minulla on vaikeuksia ehtiä seurata kaikkia tapahtumia, vaikka minulla on 'vain' 68 FB-kaveria.*

Kuten osa poiminnoista havainnollistaa, erilaisen aineksen määrä Facebookissa tuntuu osin liialliselta paitsi siksi, että sitä on liian paljon myös siksi, että sen koetaan olevan sisällöltään tyhjänpäiväistä tai turhaa.

Roskan ja spämmin kierrättämisen ohella ärsytystä aiheuttavat toisten käyttäjien ontoiksi koetut jutut ja keskustelut: *Tyhjänpäiväisiä lässytäjiä paljon – pohjimmiltaan en usko että mitään syvällistä viestiä paljonkaan liikkuu, kaikki on samaa small talkia – Ihmiset tuppaaavat kirjoittamaan jonninjoutavuuksia – Suurin osa sisällöstä on aivan jonnenjoutavaa p\*skaa – Sisältö enimmäkseen täyttä puppua – Siellä harvoin puhutaan suurista asioista. Enemmän on kivaa ja kepoista yhteisöllistä (sisäpiiri)läppää – Lapsellista ja tyhjänpäiväistä löpinää, ajattelun.(...) Haluaisin nähdä ihmisen, joka aamulla kirjoittaa viestin vaihdevuosistaan, lapsensa kouluksiisaamisesta, työttömyydestään, avio-ongelmistaan, iäkkäiden vanhempiensa pärjäämisestä...*

Mainintoja saa myös se, että toisten tuottamat sisällöt ovat pitkäpiimäisiä: *Usein Facebookissa ihmisten jakama tieto ei ole kovinkaan kiinnostavaa – Ihmisten anti köyhää, lähes kaikki kirjoittelu epäkiinnostavaa hölynpölyä.* Erityisen usein esiin nousevat statuspäivitysten turhuus ja

tylsyys: ihmisten turhat tilapäivitykset – Muiden päivitykset on joskus raskettavaa luettavaa – Joidenkin jatkuvia merkityksettömiä päivityksiä voisi melkein jo kutsua spämmäykseksi – Monien status-päivitykset ovat niin tylsiä ja niitä on niin usein, että ne tukkivat sivut ja niihin hermostuu – noin sadan henkilön yhteenliittymä voi olla tuottamatta mitään mielenkiintoista useamman päivän, koko homma tuntuu turhalta.

Muiden päivitysten useus ja toisteisuus kismittävät erityisesti silloin, kun päivitysten sisältö koetaan liian tavanomaiseksi: Ärsyttää myös kun porukka selittää kaikki mahdolliset tekemiset ihan kun ne kiinnostaisi muita. 'tein lihapullia, kohta saunaan' – 'lähtisikö tästä jo nukkumaan' -päivitykset ovat todella turhauttavia – Idiootit yrittävät tehdä siitä uuden Irc-gallerian. Joku kertoo koko ajan tekemisistään, esim herääminen, aamupala, aamupaska, aamurunkku, lounas, lounasrunkku... – Ketä vitua kiinnostaa puolittettujen parisuhdeongelmat ja päivän ruokalista. Aina on joku, jolla on liian kylmä, kuuma tai sitä tai tätä! – en jaksa olla kiinnostunut siitä, jos joku kertoo kaikki vaihteensa profiilissaan: olen hengittänyt, kasvattanut tukkaa jne.

Poikkeuksellisesti yksi vastaaja pohtii, ovatko hänen omatkin juttunsa Facebookissa turhanpäiväisiä ja mikä oikeastaan on niiden kirjoittelun motiivi:

*Joskus ärsyttää myös se, että onko kaikki tieto, mitä jotkut Facebookiin kirjoittavat oleellista - tai onko se omakaan juttu, mitä sinne laittaa ja joskus tuleekin miettineeksi, että miksi jonkin jutun sinne edes itse kirjoitti.*

Kuten todettua Facebookissa kiertävä roska, krääsä tai spämmi, sen päällekkäisyys ja suureksi koettu määrä ovat sekä ensi- että kokonaismainintojen perusteella yksi sivuston huonoimmaksi koettu puoli. Erityisesti ärsyttävät erilaiset sovellukset, testit ja pelit, jotka tuottavat joko itsestään tai toisten käyttäjien myötävaikutuksella sivustolle häiritsevää 'sälää' ja 'tauhkaa'.<sup>41</sup> Pieni otos havainnollistaa tätä kokemusta: *Liikaa ketjukirjeitä, testejä ja yms. sovellusten roskaa joita ihmiset liittävät seinälleen – Hirveästi kaikkea roskaa omassa uutisnäkyvässä mikä ei itseä kiinnostaisi. Siis jotain ihan sekalaisia eri sovellusten julkaisemia 'uutisia' – kaikki turhat ryhmät, pelit yms. tauhka, jotka jäävät roikkumaan sivulle*

41 Tässä yhteydessä voi muistaa, että Facebook-toimintojen käyttöä koskevis-  
sa monivalintavastauksissa juuri kukaan ei ilmoittanut lähettävänsä muille  
roskapostia.

*ja tukkivat meiliboksin – sovelluksista tulevan spämmin järjetön määrä – Valtavasti roina sovelluksia sotkemassa sivustoa – Erilaisten sovelluksien myrkyttämän virran seulominen vie turhan paljon aikaa – Testit, pelit ym. roska jota tunkeutuu News Feediin – Liikaa roskaa nykyään, kaikenlaisia roskasovelluksia joista tulee turhaa informaatiota – Turhien sovellusten lähettämän spämmin siivoamiseen menee aikaa – Pelit ja muu sälä luovat 'kohinaa' – Erilaiset sovellukset, testit ja pelit sotkevat kuulumisten tarkkailua – Paikka on entistä enemmän täynnä kaikenlaista turhaa, kuten esim. Farmville- ja Mafia Wars-tyylisiä peli-ilmoituksia – FB on ollut pelkkä roskapostin sammio siitä asti kun se avattiin kaikille – siellä on hirvittävästi turhaa sälää, peleistä, testeistä yms. newsfeediin työntyvää soopaa, jonka sekaan aidosti mielenkiintoiset asiat meinaa hukkaa.*

Huomiota kiinnittää, että mainokset saavat Facebookin huonona puolena suhteellisen vähän ja lakonisia mainintoja, mutta silloin kun ne mainitaan, käy usein selväksi, että käyttäjien näkökulmasta kyse on omanlaisesta spämmistä. Harvoin mainokset kuitenkaan herättävät niin vahvan kielteisiä tuntemuksia kuin seuraavissa vastaajissa: *Mainokset ovat ärsyttäviä ja tungettelevia – En kestä niitä mainoksia joita on koko ajan näytöllä – facebookin mainoksia ei jaksakaan erkkikään – Hirveää mainostusta – mainosten uhriksi joutuminen ottaa päähän välillä niin, että harkitsee lopettamista.*

Pari vastaajaa liittyy epäsuorasti yhteen Facebookin luonteen symboli ympäristönä ja sen kaupalliset tarkoitukset yrityksenä: *mainokset toisinaan päällekkäisiä ja mainontaetiikat kyseenalaisia – Palvelussa läsnäoleva kaupallisuus herättää epäluuloja. En haluaisi että mainostajat saavat oikeuden vakoilla tietojani facebookissa – personoidut mainokset ovat ärsyttäviä, tulee vakoiltu olo.*

Mainoksia ja kaupallisuuttakin harvemmin Facebook-ympäristön epämiellyttävyys kytketään sivuston omistukseen ja omistajan toimintaan. Ne, jotka kiinnittävät Facebookin huonojen puoltien yhteydessä omistajarooliin ylimalkaan huomiota, mainitsevat useimmin mutkikkaina tai yksipuolisiksi kokemansa käyttöehdot, joita yhtiö lisäksi koko ajan yksipuolisesti muuttelee.

Vähintäänkin epäsuorasti omistajan osuus Facebook-ympäristön luonteeseen on esillä kritisoidessa sivuston huonoa teknistä toimivuutta, joka siis nousi yhdeksi sivuston merkittävimmistä huonoista puolista. Hitaus, jumittaminen, tökkivyyt, virhetoinnot, toimintahäiriöt ja bugit, käyttöliittymän sekavuus ja hankaluus sekä yksittäisten ohjelmien (erityisesti



chatin) ongelmat tekevät monien mielestä Facebookissa toimimisesta hankalaa. Turhautumista lisää, että käyttäjillä koetaan olevan vain vähän todellisia mahdollisuuksia vaikuttaa Facebook-ympäristöön.

### *Facebook koukuttavana aikavarkaana*

Käyttäjien epämiellyttävät kokemukset Facebookista piirtävät siitä vähemmän mairittelevasti kuvaa paikkana, jossa muiden ihmisten kanssa olemiseen ja kanssakäymiseen liittyy kosolti ahdistavia piirteitä ja jossa paikka itsessään tuntuu monessa mielessä hankalalta ja vastenmieliseltäkin. Nämä tuntemukset saattavat toimia osaselityksenä sille, että eritoten ensimmäintöiden perusteella yksi merkittävä Facebookin huono puoli on sen käyttöön kuluvan ajan liiallisuus. Samaan aikaan huomiota kiinnittää, että ajan tärväätymiskokemuksesta huolimatta sivusto silti pitää käyttäjiä oudolla tavalla otteessaan, koukuttaa.

Suorissa maininnoissa Facebookissa turhaan kuluva ajasta ei yleensä pohdita sen pitkällisemmin syitä sivustolla viipymisen venähtämiseen, vaan maininnat ovat usein lyhyitä toteamuksia tai huudahduksia seuraavaan tapaan: *Vie aikaa – Facebookin tuhlautuu paljon aikaa – Vie kamaa lasti aikaa – vie ihan pirusti aikaa – Hirveä aikasyöppö!*

Vastaavasti kun Facebookin huonona puolena nostetaan esiin sen käytön koukuttavuus, sivuston käyttäjissä riippuvuutta aiheuttavat vaikutukset usein vain todetaan. Seuraavanlaiset muotoilut toistuvat maininnoissa: *addiktoi – addiktiivisuus – addiktoituminen – koukuttaa – koukuttava – koukuttavuus – siihen jää koukkuun – koukuttuminen – aiheuttaa riippuvuutta – kehittyy riippuvuus – riippuvuussuhde.*

Kokemus ajan tuhlaantumisesta Facebookissa tuntuu monilla kuitenkin liittyvän nimenomaisesti siihen, että sivustolla olo mieltyy turhanpäiväiseksi toiminnaksi, joka lykkää tai syrjäyttää tehokkaasti muuta, usein oletetusti tähdellisempää tekemistä: *välillä hukkaan aikaani liikaa FB:n selailuun, vaikka olisi kiireellisempääkin tekemistä – Vie aikaa muilta hyödyllisimmiltä asioilta – Vie tuhottomasti aikaa jonka voisi käyttää hyödyllisemminkin – Menehän siihen ihan helvetisti aikaa jonka voisi käyttää jotenkin hyödyllisemmin – vie aikaa perheeltä – vie työaikaa – Facebook vie liikaa vapaa-ajasta – vie paljon aikaa – hidastuttaa huomattavasti opiskelua – Lähinnä haittaa aiheuttaa se, että kun olisi edessä oikean elämän velvollisuuksia, aina tuntuu, että Facebookissa on vielä jotain tekemättä*

*– joskus viettää liikaa aikaa vain katselemalla muiden kuvia – facebookiin jumittuu useiksi tunneiksi ja ei saa tehtyä tärkeitä tehtäviä – Jos siihen ryhtyy tosissaan, se vie aikaa, siihen uppoaa. Ja onko sen sisältö kaiken ajan arvoista? – Aikaa palaa joskus hölynpölyyn ja browsailuun liikaa – aikaa menee paljon FB:n peleihin yms. turhuuksiin – Sillä ei ole mitään oikeaa, järkevää, funktiota. Pelkkää ajankulua ja hukkaa – Facebookissa tuhlaantuu helposti liikaa aikaa ihan vain status-päivityksiä lukemassa.*

Kiinnostavaa viittauksissa Facebookin aikasyöppöyteen on, että puhe on usein vastaajasta itsestään. Toisin kuin monen muun sivuston huonon puolen yhteydessä joukossa on vain vähän mainintoja, joissa ongelman katsotaan koskevan ensisijaisesti muita kuin itseä – tuomalla esiin esimerkiksi, että *joillakin vie liikaa aikaa tai ajankäyttö voi tietenkin olla joillekin ongelma.*

Toisaalta vaikka liiallinen ajan käyttäminen Facebookiin esitetään omaksi ongelmaksi, monet viittaavat pulmaan useimmiten passiivilla tehden liiasta ajan käyttämisestä sivustolla näin asian, joka mystisesti vain tapahtuu itselle. Tai sitten syyttävä sormi suuntautuu omien valintojen sijasta siihen, että *'Facebook syö, vaatii tai vie aikaa'* tai *se vie aikaani niin paljon*. Yksi vastaaja viittaa palveluun termillä *aikavaras* toisen käyttäessä sanaa *ajanryöstö*.

Kokemus epämääräisen huijauksen tai salakavalan pakotuksen kohteeksi joutumisesta nousee esiin muotoiluissa, joissa viitataan siihen, että palvelu *vie huomaamatta liikaa aikaa – vie aikaa paljon enemmän kuin on suunnitellut – fb vie suunnattomasti aikaa, sinne on helppo jäädä roikkumaan – Sivustolle juuttuu turhaan selailemaan toisten kuulumisia ja kuvia – tulee roikuttua sen ääressä tarpeettoman kauan sinne jää helposti roikkumaan ja aikaa kuluu... – vie helposti aikaa liikaa, asioiden tekeminen kestää paljon, kun vahingossa alkaakin seuraamaan facebook-utisten virtaa – Turha roikkuminen jonkun tapahtumista odotellessa – odottaminen että jotain tapahtuisi, eli esim kun on tylsää/väsynyt saattaa tuhlaantua aikaa turhaan.*

Joitakin vastaajia tuntuu itseäänkin hieman ihmetyttävän oman Facebook-käytön ulkoa ohjautuvuus – se, että *Facebook vie jostain syystä niin paljon aikaa* tai että *usein fb:ssä tulee vain roikuttua turhaan ilman mitään järkevää syytä* tai että *aikaa kuluu tunti kaupalla välillä 'turhuuteen', vaikkei mitään todella mielenkiintoista uutisissa usein olekaan.*

Edeltävät poiminnot havainnollistavat, että Facebookin aikaa vievyys ja sen koukuttavuus saatetaan kytkeä tiiviisti yhteen. Monissa maininnoissa nämä kaksi seuraavat toistensa vanavedessä vain mainintajärjestyksen vaihdellessa. Jotkut vastaajista muotoilevat liiallisen ajan kulumisen ja koukuttamisen välisen suhteen myös suorasanaisesti syy-seuraussuhteeksi: *Koukuttava paikka, jossa viettää helposti liikaa aikaa – Facebook vie aikaa koska se koukuttaa – Helposti 'jää koukuun', eli tulee istuttua koneen ääressä kauemmin, mitä oikeastaan pitäisi – facebookin käyttö voi olla melko aikaa vievää, jos siihen 'jää koukuun' – Se koukuttaa ja siten vie aikaa jonka voisi kuluttaa muuhunkin – sivustolla roikkuminen voi viedä liikaa aikaa jos on taipumusta koukuttua – Aplikaatioihin koukahtaa helposti ja niitten parissa tulee vietettyä liikaa aikaa Ja kummasti se vaan addiktoi, eli tulee vietettyä koneella entistä pidempiä aikoja ihan huomaamattaan – Koukuttaa pahasti ja aikaa voi kulua turhan kauan, kun huomaa jonkun uuden tyylin oman kaverin kaverina ja sit kattookin vähän sen kuvia, joita on kommentoinu joku puolittutu, jonka kuulumiset kiinnostaa kans ja sit...*

Maininnoissa, joissa koukuun jäämisen luonnetta hieman täsmennetään, viitataan tavallisesti joko pelien addiktoivuuteen tai pakonomaiseen tarpeeseen käydä palvelussa tarkistamassa asioita liian usein. Hieman rajummin sanankääntein Facebookin aiheuttamaa riippuvuutta kuvaa vastaaja, joka esittää, että palvelu *saattaa orjuuttaa liialliseen 'roikkumiseen', ellei ole tahtoa sanoa tiukasti ei.*

## **Hyväpaha Facebook**

Kun arvioidaan Facebookin huonoja puolia kokonaisuutena ja suhteutetaan ne sivuston hyvinä pidettyihin puoliin, päällimmäiseksi nousee käyttäjäkokemuksen hätkähdyttävä kaksijakoisuus, jota voisi karrikoiden luonnehtia jopa sosiaalisesti pirstomielisyydeksi. Facebookin tärkeimmät hyvät puolet – yhteyksien palauttaminen ja uudenlaiset yhteyksimahdollisuudet, tilaisuus seurata kavereiden kuulumisia ja elämää sekä sivuston tekninen toimivuus – nimittäin ovat myös sen merkittäviä huonoja puolia. Samalla voi huomata, että hallitsevien hyvien puoltien kääntöpuoleksi saattaa erottua useampikin kuin yksi huonoksi koettu seikka.

Facebookin parhaaksi nousevan ominaisuuden eli vaivattoman yhteyksien saamisen ja palauttamisen sekä helpon ja keveän viestittelyn nurjaksi puoleksi osoittautuvat ensiksikin sivuston hallitsemattomaksi paisuttama

kaveripiiri, tämän myötä syntyneet pakkoyhteydet puolittuuihin ja/tai tyhmittä tuntuviin ja ärsyttäviin ihmisiin, viestittelyn piinallinen pinnallisuus sekä ahdistus ja kiukku yhteiselämän turhauttavista puolista sivustolla. Lisäksi ongelmat yksityisyyden säilyttämisessä ja vaikeudet oman julkisen näkymisen hallinnassa voidaan nähdä kiiteltujen yhteydenmahdollisuuksien ikäviksi kääntöpuoliksi.

Facebookin tarjoama uudenlainen mahdollisuus seurata kavereiden kuulumisia ja pysyä perillä näiden elämänmenosta taas kääntyy yhtäältä rasittavaksi velvoitteeksi osallistua jatkuvasti vuorovaikutukseen sivustolla ja toisaalta epämukavuudeksi, peloksi ja ahdistukseksi siitä, että Facebookin tilassa saattaa joutua muiden käyttämäksi tai ahdistelemaksi. Omana nurjana puolenaan erottuu tässäkin sivuston liian avoimeksi koettu julkisuus ja sen mukanaan tuoma tirkistely sekä hallitsemattoman moninaiseksi käynyt yleisö, jonka kirjavuuden huomioon ottaminen rajoittaa omaa viestintää ja tuntuu rasittavalta.

Yksi tapa muotoilla viime mainittu ristiriita on sanoa, että käyttäjät kokevat Facebookin avoimuuden ja julkisuuden usein hyväksi silloin, kun se mahdollistaa heille itselleen muiden seuraamisen yleisön positiosta. Huonolta Facebook-julkisuus taas tuntuu usein silloin, kun se altistaa käyttäjät itsensä muiden epämieluisalle, liian laajalle tai vääränlaiselle huomiolle. Toisin sanoen itse valittu toiminta yleisönä on mukavaa, mutta toisten yleisötoiminnan kohteeksi joutuminen saattaa olla erittäin ikävää. Vastaava asetelma luonnehtii suhtautumista yhteydenmahdollisuuksiin: esimerkiksi missä suhteiden palauttaminen vanhoihin tai etäisempiin tuttuihin koetaan hyväksi silloin, kun käyttäjä on itse aloitteen tekijänä, siinä puolittuilta tulevat kaveripyynnöt voivat tuntua hyvinkin kiusallisilta ja epämiellyttäviltä.

Lopulta kokemus Facebookin hyvästä toimivuudesta palveluna saa kääntöpuolekseen vähintäänkin yhtä syvän turhautumisen ja kiukun siitä, että sivusto tökkii teknisesti ja että sen jatkuvat muutokset hankaloittavat suuresti käyttöä.

Oman hyvähuono-asetelmansa rakentavat myös Facebookin viihdyttävyyttä yhtäältä ja sen koukuttava aikasyöppöys toisaalta. Missä käyttäjät kokevat hyväksi mahdollisuuden kuluttaa aikaa ja viettää hupaisia hetkiä toisten hilpeitä statuskirjoituksia lukemalla tai pelejä pelaamalla, siinä heille tuottaa kiusaantumista havainto omasta sivustolle juuttumisesta ja

pakonomaisesta tyhjänpäiväisyyksien seuraamisesta. Lisäksi muiden tylsiltä ja turhilta tuntuvat päivitykset pitkästyttävät, ja muiden pelaamisen omaan uutissyötteeseen työntämä roska ja sälä saavat kihisemään turhautumisesta ja kiukusta.

Miten Facebookin samanaikaista hyvyyttä ja huonoutta käyttäjien kokemuksessa voisi ja pitäisi sitten tulkita? Kuinka ymmärtää sitä, että sivustolla pysytään sitkeästi sen rasittavista ja ahdistavista puolista huolimatta?

Yksi syy lienee se, että Facebookin käyttö on sijautunut nopeasti niin elimelliseksi osaksi toisten kanssa yhteydessä olemista ja kanssakäymistä, että siitä luopuminen tuntuu vaikealta. Facebook-elämä on – hyvässä ja pahassa – sosiaalista elämää, ja sivuston jättäminen rinnastuisi asettumiseen yhteisön ulkopuolelle. Yhteisöpaineen voimahan nousi vahvasti esiin jo tarkasteltaessa Facebookiin liittymisen syitä, ja sosiaalisen kuuluminen pakottavuus näyttää selvästi ylittävän sivustolla olemiseen sisältyvät riesat.

Yksi edelliseen lomittuva selitys nojautuu danah boydin (2008b, 16–17) huomioon, jonka mukaan Facebookissa oleminen vastaa 'sosiaalista sukimista' tai James Grimmelmanin (2009, 1151) samantyyppiseen ajatukseen, että sivuston avulla voi raapia 'sosiaalista kutinaa'. Tällaisen tulkinnan mukaan Facebook tyydyttää ihmislajin perustavia yhdessä olemisen ja kanssakäymisen tarpeita siinä määrin onnistuneesti, että tämä kompensoi sivuston isotkin puutteet. Vähintäänkin Facebookin hyvien ja huonojen puolten vertailu ehdottaa, että käyttäjät ovat valmiita maksamaan uudeltaisesta yhteysmahdollisuudesta huomattavan korkean hinnan epämiellyttävinä tuntemuksina ja sietämään jopa sivuston vastenmielisiksi kokemiaan puolia.

Facebookin hyvien ja huonojen puolten rinnastaminen nostaa lisäksi esiin, että jälkimmäistenkin tapauksessa yleisönä toimiminen yhteydenpidon käytännöissä kytkeytyy tiiviisti toisten sisällöntuotannon ja esitysten yleisöksi asettumiseen, sellaiseksi pääsemiseen tai joutumiseen. Vastaavasti esiintyjän rooli sivustolla kietoutuu sekä hyvässä että pahassa samanaikaisesti yhteyksien ylläpitämiseen ja esityksellisempään viestintään kaveriverkostossa. Toisaalta on merkilläpantavaa, että kahtalaiset esiintyjä–yleisösuhteet eivät vain kietoudu Facebookissa toisiinsa, vaan näiden suhteiden sisälle ja niiden välille rakentuu myös jännitteitä ja törmäyskursseja.

Esimerkiksi epämieluisat Facebook-kaverit, joiden kanssa ei huvittaisi olla yhteyksissä, muodostavat merkittävän osan sitä monenkirjavaa, usein tuntematonta ja vääränlaista yleisöä, jolta haluaisi itse asiassa piilottaa henkilökohtaiset tietonsa ja oman elämän esitykset. Väärät vastaanottajat pakottavat ärtymystä ja rasituksen tunteita aiheuttavalla tavalla myös jatkuvasti miettimään, miten Facebookissa oikeastaan pitäisi olla ja esiintyä.

Yksi Facebook-ympäristössä vastenmieliseksi koettu (pakko)yleisöyden muoto on altistuminen jatkuvalla roskalla ja spämmille, jonka tulvaa kaveripiiriin katsotaan toiminnallaan usein lisäävän. Kiinnostavaa on tässä yhteydessä muistaa, että Facebook-toimintojen käyttöä koskevassa monivalintakysymyksessä juuri kukaan vastaajista ei tuonut esiin lukeutuvansa itse roskapostin lähettäjiin.

Tiiviisti Facebookin kaverikäytäntöihin kytkeytyy myös joutuminen vastentahtoiseksi yleisöksi toisten ihmisten paljasteluille ja muille hölmöilyille. Käänteisenä vaarana puolestaan on, että muiden ajattelemattomuus tai varomattomuus tekee käyttäjästä vastoin tämän tahtoa esiintyjän tuntemattomille ja kenties hyvinkin laajoille yleisöille – ja usein tavoilla, joihin hän ei voi itse mitenkään vaikuttaa.

## IV Yleisönä toimiminen ja esiintyminen Facebookissa

Yleisönä toimiminen Facebookissa nousi edellä monin tavoin esiin sekä sivuston hyväksi että sen huonoiksi koettujen puolten yhteydessä. Molempien osalta yksi keskeinen havainto oli, että yhteydenpidollinen yleisöasema kietoutuu Facebookissa jännitteisillä ja ristiriitaisillakin tavoilla toisten käyttäjien 'sisällöntuotannon' seuraamiseen mediaesitysten vastaanottoa muistuttavasta positioista. Lisäksi yleisöyden muodot vaihtelevat muiden viestittelyn ja esiintymisten tahattomasta tai pakotetusta seuraamisesta niiden vapaaehtoiseen ja hakeutuvaan vastaanottoon. Yhdessä ääripäässä Facebook-yleisöys pitää sisällään tirkistelyn ja stalkauksen, joissa kohteena oleva 'esiintyjä' saattaa olla vain hämärästi tai ei ehkä lainkaan tietoinen saamastaan tiiviistä yleisöhuomiosta.

Vastaavasti esiintyminen Facebookissa kattaa vahingossa tai ajattele-mattomuutta tapahtuvan omien ajatusten, asioiden ja tekemisten paljastamisen erilaisille, osin näkymättömille tai tuntemattomille yleisöille. Esiintymisen toinen ääripää ulottuu enemmän tai vähemmän tarkoituk-selliseen ja suunniteltuun itsen ja oman elämän esittämiseen tiukemmin tai väljemmin rajatulle vastaanottajakunnalle. Yleisönä toimimisen tapaan myös esiintyminen sivustolla voi olla pakotettua. Näin on laita esimerkiksi silloin, kun käyttäjä joko joutuu vastentahtoisesti kertomaan itsestään lii-kaa laajaksi ja kirjavaksi paisuneelle vastaanottajakunnalleen tai kun joku kavereista saattaa käyttäjältä lupaa kysymättä hänen asioitaan, sanomi-siaan tai kuviaan kenties laajaltikin muiden ulottuville. Tällaisissa tapauk-sissa minän julkisen esittämisen hallinta karkaa käyttäjän omista käsistä.

Lisää vivahteita esiintymisen ja yleisönä toimimisen luonteeseen Face-bookissa saadaan, kun suunnataan huomio yhtäältä sivuston käyttäjien määritelmiin hyvästä statuspäivityksestä ja eritellään toisaalta, miten he kuvailevat omaa profiilikuvaansa ja perustelevat sen valintaa. Tämän osion kahdessa luvussa lähestyn statuspäivityksiä ja profiilikuvaa koskevien kan-tojen kautta, millaisia muotoja yleisöys ja esiintyminen Facebookin sym-boliympäristössä – sen (puoli)julkisella areenalla – saavat. Pidän samalla

kuitenkin koko ajan mielessä, että yhteydenpidolliset esiintyjä–yleisö-suhteet ovat olennainen osa asetelmaa.

Tarkastelen aluksi, millaiseksi esiintyminen ja yleisönä toimiminen Facebook-ympäristössä hahmottuvat hyvän statuspäivityksen määrittelyjen pohjalta. Päivitysten osalta yksi kiinnostava kysymys on, kenen päivityksiä vastaajat asettuvat arvioimaan: muiden, omiaan vai kenties molempien?<sup>42</sup> Ensin mainitussa tapauksessa omaksutaan yleisön rooli, josta muiden kirjoituksia kommentoidaan. Omia päivityksiä luonnehdittaessa asetelma on periaatteessa mutkikkaampi sikäli, että päivityksen hyvyttä arvioidaan samalla kertaa tekijän, esiintyjän ja/tai jakelijan asemasta, ja arviointia rakenteistavat osaltaan oletukset päivitysten vastaanottajakunnasta ja sen mahdollisista tai toivotuista reaktioista.

Oman profiilikuvan luonnehdinnat ja kuvan valinnan perustelut, joita eritellen osion jälkimmäisessä luvussa, valottavat Facebookia minän julkisen näyttämisen paikkana. Tarkastelun keskiössä on, millaisena ja kenelle käyttäjät haluavat itsensä sivustolla visuaalisesti esittää – tai kenties olla esittämättä – ja miksi.

Huomattakoon, että niin profiilikuvan luonne ja funktio Facebook-ympäristössä kuin puheena olevan avokysymyksen muotoilu verkkokyselyssä kiinnittävät kuvia koskevat luonnehdinnat käyttäjiin itseensä.<sup>43</sup> Vastausten kautta voidaankin olettaa saatavan valaisua myös performatiiviseen minän esittämiseen sivustolla. Kuten muistetaan, mahdollisuus oman julkikuvan tietoiseen rakentamiseen ei noussut esiin Facebookiin liittymisen syiden yhteydessä tai sen hyvänä puolena, eivätkä vastaajat noteeraa sitä mainittavasti myöskään sivuston huonona puolena.

---

42 Päivityksiä koskevassa avokysymyksessä 37 näkökulman valinta jätettiin vastaajille. Kysymyksen muotoilu oli seuraava: 'Kerro muutamalla sanalla, millainen on mielestäsi hyvä statuspäivitys'.

43 Avokysymyksen 34 muotoilu oli seuraava: 'Kuvaile lyhyesti tämänhetkistä Facebookin profiilikuvaasi. Kerro myös millä perusteella olet valinnut sen'.

Verkkokyselyyn ei sisältynyt muiden profiilikuvaa koskevaa avokysymystä, joka olisi epäilemättä tuottanut kiinnostavaa aineistoa suhtautumisesta toisten Facebookin käyttäjien kuvallisiin minän esityksiin.



# Facebook-päivitysten yleisönä – ja vähän tekijänäkin

## *Statuspäivityksen hyvyyden moninaiset määreet*

Statuspäivityksen hyvyyden luonnehdinnoissa kiinnittää alkajaisiksi huomiota 'hyvän' kriteereiden huikea määrä ja laaja merkityskirjo. Paljous kielii osaltaan siitä, että 'hyvä' on mitä ilmeisimmin merkittävä, joka saa sisältönsä usein tilanneyhteydessään ja toimijakohtaisesti. Vastausten lähemmässä tarkastelussa kävi toisaalta ilmi, että selvän laadullisen eroavuuden sijasta 'hyvän' määreiden eroissa on paikoitellen kyse hiuksenhienoista sävyvaihteluista.<sup>44</sup>

Edelleen voi panna merkille, että iso osa hyvän statuspäivityksen kuvauksista on muutaman sanan lakonisia listoja. Niissä vain kasataan liuta 'hyvän' kriteereitä peräkkäin, jokusen vastaajan latoessa tiskiinkin kymmenenkin eri määrettä.<sup>45</sup> Sitä vastoin päivityksen hyvyttä kokonaisin lausein kuvaavia vastauksia löytyy joukosta sangen niukasti. Päivityksen hyvyyden yhdellä tai kahdella sanalla tapahtuva määrittely jättää usein arvailujen varaan, millainen tai mihin liittyvä 'hyvä' vastaajalla on ollut tarkemmin ottaen mielessään. Näissä kontekstin lausumatta jättävissä maininnoissa tulkinnallisia mahdollisuuksia tarjoutuu monesti enemmän kuin yksi, kuten tuonnempana havaitaan.

Toisaalta suppeisiinkin luonnehdintoihin on onnistuttu usein pakkaamaan huomattava määrä merkityskerroksia – seikka, joka ehkä kertoo itsessään jotakin Facebookin statuspäivitysten luonteesta teksteinä ja verkkolajityyppinä. Päivitykset ovat oma tiheä ilmaisu- ja viestintämuotonsa, jossa

---

44 Hyvää statuspäivitystä koskevassa vastauskokonaisuudessa koodausyksiköitä muodostui enemmän kuin yhdessäkään muussa kyselyn avokysymyksessä eli lähes 40. Osa päivityksen hyvyyden määreistä keräsi vain vähän mainintoja, enimmillään parikymmentä, mutta määreluokkia ei haluttu sulauttaa suuremmiksi kokonaisuuksiksi, sillä tarkka koodaus antoi mahdollisuuden kiinnittää merkityskirjon vivahteisiin huomiota myös erittelyvaiheessa.

45 Tällaisia litanioita havainnollistaa esimerkiksi seuraava vastaus: *ajatuksia herättävä - erilainen - sisältää sanaleikin tms. - elämää tai maailman meinoa pohtiva, refleктоiva - kommentteja herättävä - ajankohtainen, reaaliaikainen - informoiva ...riippuu tilanteesta, henkilöstä, ajankohdasta...* Tai toinen, hieman lyhyempi listaus: *Omaperäinen, hauska, ajankohtainen, omaan elämään liittyvä, erilainen, mielenkiintoinen, älykäs, miettimään laittava ja kommentoimaan kannustava.*

riittää ruodittavaa huomattavasti tarkemmalle semioottiselle ja semanttiselle analyysille kuin tässä yhteydessä on mahdollista.

Statuspäivityksen hyvyttä arvioivien ja/tai sitä arvottavien luonnehdintojen monitulkintaisuutta lisää se, että huomio saattaa niissä kohdentua joko päivityksen sisältöön (esim. kerrotun asian luonteeseen), päivityksen muotoon tai päivityksen tekijään (tämän persoonaan, käyttäytymiseen, otteeseen, asenteeseen tmv.). Kohdennus siirtyilee toisinaan samankin vastauksen sisällä.

Yksi merkillepantava seikka on, että vastauksissa ei luonnehdita päivityksen hyvyttä pelkästään positiivisesti, vaan määrittelyn sävy saattaa olla jopa vahvan kielteinen. Tavallisia ovat myös luonnehdinnat, joissa korostetaan, että hyvä statuspäivitys 'ei ole' jotain tiettyä tai että hyvän päivityksen pitäisi olla 'jotakin muuta kuin' tai 'jotakin enemmän kuin' jokin tietty piirre x.

Luonteenomaista hyvän statuspäivityksen kuvauksille on myös, että vastaajat asettuvat niissä arvioimaan nimenomaisesti muiden käyttäjien tekemiä päivityksiä ja niiden hyvyttä – toisin sanoen valtaosa omaksuu arvioinnissaan yleisön roolin. Omien statuspäivitysten luonnehdintoja löytyy koko vastausjoukosta selvästi alle sata. Pieni osa kuvauksista on muotoilultaan sellaisia, että ne voisivat koskea sekä muiden että vastaajan omia päivityksiä.

Kokonaismainintojen perusteella hyvää Facebookin statuspäivitystä luonnehtii ennen muuta kuusi myönteistä piirrettä: *hauskuus*, *kuulumisista kertominen*, *kiinnostavuus*, *lyhyys*, *informatiivisuus* ja *ytimekkyys*. Lisäksi joukossa on yksi merkittävä kielteisen – kiistämiselle tai torjunnalle rakentuvan – määrittelyn luokka, jossa päivityksen hyvyyden kriteerinä on, että se on *ei arkinen* tai 'jotakin muuta kuin arkinen, jokapäiväinen tai tavanomainen'.<sup>46</sup> Nämä seitsemän määrettä kattavat kaikista hyvän statuspäivityksen kriteereiden maininnoista yhteensä runsaat puolet (53,7 %).

---

46 Kokonais- ja ensimainintojen perusteella tärkeimmät hyvän statuspäivityksen määreet ovat seuraavat: *hauska* (687/337), *ei-arkinen* (355/66), *kuulumisista kertova* (277/110), *kiinnostava* (260/103), *lyhyt* (258/194), *informatiivinen* (247/80) ja *ytimekäs* (246/83).

Huomattakoon, että niin 'hauska', 'kiinnostava' kuin 'informatiivinenkin' ovat 'hyvän' itsensä tapaan kontekstisidonnaisia termejä, mikä ei helpota tulkitsijan tehtävää.

Hauskuus eri muunnelmineen – humoristinen, huvittava, hilpeä, vitsikäs jne. – päihittää statuspäivityksen hyvyyden määreenä kirkkaasti muut kuusi saaden yhteensä lähes kaksi kertaa enemmän mainintoja kuin toiseksi tärkein kriteeri eli päivityksen ei-arkisuus. Myös hauskuuden määrää ensimainintojen määrä painii omassa sarjassaan. Hauskuutta ja ei-arkisuutta selvästi vähemmän ja keskenään kutakuinkin saman verran kokonaismainintoja saavat kuulumisista kertominen, kiinnostavuus, lyhyys, informatiivisuus ja ytimekkyys.

Huomiota kiinnittää, että hyvän päivityksen määreenä kokonaismaininnoissa toiseksi nouseva ei-arkisuus tulee mainituksi huomattavan harvoin ainoana tai ensimmäisenä hyvän statuspäivityksen kriteerinä. Tämä kertoo siitä, että päivityksen hyvyyden määrittelemisen torjumalla sen arkisuus, jokapäiväisyys tai tavanomaisuus tapahtuu usein muiden kriteereiden yhteydessä samalla kun 'ei-arkisuuden' itsensä merkityssisältö usein määrittyy niiden kautta. Ei-arkisuus tulee mainituksi tasaisen usein toisena, kolmantena tai neljäntenä 'hyvän' määreenä.

Muita 'ei tätä'- tai 'jotain muuta kuin tätä' -tyyppisiä luonnehdintoja saatetaan käyttää esimerkiksi silloin, kun hyvän päivityksen kriteeriksi nimetään kiinnostavuus tai lyhyys. Edellisen yhteydessä voidaan todeta vaikkapa, että päivitys 'ei siis ole tylsä' ja lyhyttä puolestaan täsmentää sanomalla, että 'ei pitkällisiä jorinoita'.

Lisäksi päivitysten sopivaa määrää ('ei liian usein', 'ei jatkuvasti'), niiden tarkkuutta ('ei liian yksityiskohtainen'), myönteistä ja kannustavaa sävyä ('ei negatiivinen', 'ei loukkaava', 'ei valittava'), henkilökohtaisuuden astetta ('ei liian henkilökohtainen', 'ei liian paljastava') ja kielteiseksi koetua itsen korostamista ('ei itsetehostusta') saatetaan luonnehtia negaation kautta. Ei-arkisuuteen verrattuna muut kiistämiselle tai torjunnalle rakentuvat määreluokat jäävät selvästi pienemmiksi, joskin voi huomata, että määre *ei liian henkilökohtainen* kerää yhteensä hiukan yli sata kokonaismainintaa.

Kiinnostavaa on, että luonnehtiessaan hyvää statuspäivitystä torjunnan kautta vastaajat tulevat itse asiassa määritelleeksi sitä, millainen heistä on *huono* statuspäivitys. Sitä koskevaa kysymystä ei sisältynyt verkkokyselyyn, mutta osa vastaajista olisi kenties halunnut ottaa kantaa asiaan. Tarkastelen tuonnempana erikseen niitä päivityksen hyvyyden kriteereitä, jotka rakentuvat negaation ja nimenomaisesti arjen torjumisen varaan.

Hyvän statuspäivityksen määreitä hallitsevan seitsemän kärjen jälkeen erottuu jo selvästi vähemmän mainintoja keräävä 'keskiryhmä', jossa kokonaismainintojen määrä vaihtelee karkeasti välillä 90–140, ja ensimmäin-  
tojen määrä sijoittuu välille 25–50. Tähän ryhmään kuuluvissa kriteereissä  
hyvän päivityksen odotetaan *virittävän kommentteja ja/tai keskustelua*,  
olevan *erityinen* tai käsittelevän kertomaansa asiaa erityisellä tavalla, ole-  
van *nokkela*, sisältävän *olennaista asiaa*, olevan *ei liian henkilökohtainen*,  
*selkeä* tai *persoonallinen*.

Merkillepantavaa tässä 'hyvän' kriteereiden ryhmittymässä on, että  
niihin kuuluvat määreet keräävät saamiinsa kokonaismainintoihin näh-  
den huomattavan vähän ensimmäintoja. Erityisesti kommenttien ja kes-  
kustelun herättämisessä ero ensi- ja kokonaismainintojen määrän välillä  
on suuri. Samalla voi huomata, että tämä kriteeri kytkeytyy usein yhteen  
hauskuuden vaatimuksen kanssa.

Seuraavaksi eniten kokonaismainintoja hyvän päivityksen kriteerinä ke-  
räävän ryhmittymän määreet saavat yhteensä 65–85 kokonaismainintaa  
ensimmäintojen määrän vaihdellessa sangen laajalla välillä viidestä noin  
30:een: päivityksen *ajankohtaisuus*, *myönteisyys*, päivityksen *kantaaotta-  
vuus*, *myönteinen anti lukijalle* ja *oivaltavuus*.

Huomattakoon, että päivityksen myönteisyys ja sen myönteinen  
anti lukijalle voidaan haluttaessa nähdä saman 'hyvän' aspekteiksi: missä  
edelliseen sisältyvissä maininnoissa huomio kohdistuu itse päivitykseen  
ja siltä odotettuun tai edellytettyyn positiivisuuteen, siinä jälkimmäisen  
näkökulma on päivityksen ja sen lukijan positiiviseksi nähdyssä suhtees-  
sa. Jos näihin kahteen yhdistetään vielä kanta, että hyvä statuspäivitys  
*ei loukkaa* tai pahoita kenenkään mieltä, muodostuu laajempi 'positiivi-  
suuden' määreluokka, joka nousee merkittäväksi päivityksen hyvyyden  
kriteeriksi.

Tässä ryhmittymässä yksi merkillepantava seikka on, että kantaa-  
ottavuus, joka kerää 70 kokonaismainintaa, tulee mainituksi ensimmäi-  
senä tai ainoana hyvän päivityksen kriteerinä vain muutaman kerran. Ei-  
arkisuuden ja kommenttien ja keskustelun herättämisen tapaan kantaa-  
ottavuuden pääasiallinen rooli onkin täydentää muita 'hyvän' määreitä,  
joista se usein seuraa hauskuuden vaadetta.

Oman ryhmittymänsä muodostavat 'hyvän' kriteerit, joiden saama ko-  
konaismainintojen määrä vaihtelee välillä noin 30–50 ensimmäintojen

ulottuessa parista pariinkymmeneen mainintaan. Tähän joukkoon lukeutuvat viitisenkymmentä kertaa nimetyksi tulevat päivityksen *avautuminen muillekin kuin sisäpiirille, monitulkintaisuus, ajatuksia herättävyys, taitava kielenkäyttö, asiallisuus*, se, että päivitys *kuva*a kirjoittajaansa omakoh- taisesti ja ehkä tunteenomaisestikin sekä päivityksen *yllättävyys*. Hieman harvemmin hyvänä mainitaan se, että päivitys *sisältää erityisen jujun*, on *aito*, päivittäminen on *sopivan tiheää* ja että päivitys on *ironinen*.

Joukossa on myös viitisenkymmentä mainintaa, joissa statuspäivitykselle ei haluta asettaa erityisiä vaatimuksia vaan tuodaan esiin, että *monen- laiset päivitykset saattavat olla hyviä*. Mainintoja, joissa vastaaja *ei osaa sanoa*, ei tiedä tai ei välitä, millainen on hyvä statuspäivitys, on vastaus- joukossa kolmisenkymmentä kappaletta.

Lähinnä hajamainintojen tasolle – kokonaismainintojen määrän noustes- sa enimmillään pariinkymmeneen mainintaan – jäävät hyvän statuspäivi- tyksen määreistä *itsekorostusta välttävä, hyödyllinen, 'taiteellinen', poh- diskeleva, tunteita herättävä* sekä *räväk*kä. Tähän 'jäännösryhmittymään' lukeutuvat myös maininnat, joissa tuodaan esiin, että päivityksen *hyvyys vaihtelee* eri syistä, kuten siitä kuka on päivityksen tekijä ja mikä on päivi- tyksen lukijan oma tilanne ja/tai tunnelma.

### *Erityisen hyvää: hauskoja kuulumisia lyhyesti ja kiinnostavasti*

Kun hyvän statuspäivityksen määreitä tarkastellaan niiden saamien en- simainintojen suunnasta, joukosta erottuu selvästi neljä kriteeriä, joiden keskinäinen järjestys poikkeaa jonkin verran siitä, mikä se on kokonaismai- nintojen perusteella. Edellä viittasin jo yhteen selvimmistä eroista eli sii- hen, että vastausjoukossa toiseksi useimmin mainituksi tuleva ei-arkisuus ei kuulu ensimmäinintojen perusteella 'hyvän' määreiden kärkinelikkoon.

*Hauskuus* pysyy hyvän päivityksen selvästi tavallisimpana piirteenä kattaen kaikista ensimmäinnoista noin viidesosan eli 20,6 %. Päivityksen *lyhyys* nousee nyt toiseksi 11,9 %:n ensimmäinintaosuudella. *Kuulumisista kertominen* on kolmas 6,7 % osuudella, ja neljänneksi eniten ensimmäin- toja (6,3 %) kerää päivityksen *kiinnostavuus*. Tämä neljän määrään ryhmä kattaa yhteensä vajaat puolet (45,5 %) kaikista ensimmäinnoista, ja niiden perusteella hyvän Facebook-päivityksen voisi kiteyttää olevan sellainen, joka kertoo hauskoja kuulumisia lyhyesti ja kiinnostavasti.

Kärkinelikon jälkeen seuraavaksi useimmin ainoaksi tai ensimmäiseksi hyvän päivityksen kriteeriksi nimetään *ytimekkyys*, *informatiivisuus* ja *ei-arkisuus*, joista viime mainittu saa ensimainintoja vähiten.

Kun tarkastellaan **hauskuutta** hyvän statuspäivityksen kriteerinä hieman lähemmin, huomataan alkajaisiksi, että 'hauska' on tavallista mainita ensimmäisenä vastauksissa, joissa statuspäivityksen hyviä puolia vain listataan.

Yleisiä ovat myös muotoilut, joissa tuodaan yleisluontoisesti, lyhykäisesti ja sen tarkemmin määrittelemättä esiin, että *hyvä statuspäivitys on hauska* – *Hauskuus on aina plussaa* – *hauskuus on kiva* – *Sellanen, jossa lukkee jottai hauskaa* – *Hauska statuspäivitys on hyvä* – *Sellainen, jossa on jotain hauskaa*.

Silloin sangen harvoin, kun 'hauskaa' täsmennetään jollakin tavalla, saatetaan viitata päivityksen tyyliin eli siihen että se on *hauskasti kirjoitettu* – *on muotoiltu hauskasti* – *kertoo hauskasti* – *kertoo hausalla tavalla* – *hauskasti ilmaistu asia* – *Hauskalla tavalla kerrottu* – *Hauskasti ilmaistu kokemus tai ajatus*. Tai kuten seuraava vastaaja hieman monisanaisemmin muotoilee, *hyvä statuspäivitys sisältää oikeastaan hyvinkin normaalin tapahtuman vaikkapa arkielämästä mutta ilmaistuna hauskoilla sanankäännteillä*.

Useammin statuspäivityksen hauskuus kuitenkin liittyy sen kertojan asian tai tapahtuman luonteeseen niin, että päivityksessä *kerrotaan joku hauska juttu* – *Hauska, esim. jos on tapahtunut jokin huvittava arkipäivän sattumus* – *Hauska pieni arjen sattuma* – *Siinä on jotain hauskaa, mitä kirjoittajalle on sattunut* – *Sellainen, joka kertoo jostain hauskasta sattumuksesta* – *Jokin hauska juttu, joka on tapahtunut* – *Hauska komellus* – *Kertoo jonkun yhden hauskan tapahtuman, arkipäivän komelluksen* – *Hauska esim. johonkin komellukseen liittynyt tyyliin 'Maija Meikäläinen juuri kaatui lumipenkkaan'* – *esim. joku hupaisa sattumus*. *Paras esimerkki 'XX on satuolento. Lapsi ilahtui äidin kainalosta kasvavista siivistä (=kainalokarvat)'* – *hauskat komellukset ovat takuuvarmaa kamaa*.

Joskus hyvän päivityksen myös sanotaan sisältävän hauskoja huomioita tai saattavan olla paitsi *vitsikäs* myös itsessään *hauska juttu*, *kasku*, *lohkaisu* tai *hauska anekdootti*.

Hauskan ohella statuspäivityksen ilmaisun, tyylin tai sisällön huvittavuuteen viitataan melko usein sanoilla 'huumori', 'humoristinen' tai

’huumoripitoinen’ kuten seuraavat poiminnat havainnollistavat: *huumoria! – huumoria sisältävä – huumoria unohtamatta – huumorilla höystetty – huumoripitoinen – Pidän huumorilla heitetyistä statuspäivityksistä – Huumori mielestäni tärkeä – Ystävien statuksissa kiinnittyy huomio etenkin hyvään huumoriin – huumorintajuinen – Humoristinen viesti – Pilke silmäkulmassa laitettu, humoristinen – sellainen jossa on hieman humoristinen näkökulma johonkin arkiseen asiaan – Humoristiset päivitykset ovat kivoja – Humoristisia on mukava lukea.*

’Hauskaa’ ja ’humoristista’ selvästi harvemmin vastauksissa mainitaan ’vitsikäs’, ’huvittava’, ’hupaisa’ ja ’koominen’. Kerran hyvän statuspäivityksen ominaisuudeksi kirjataan, että se on *ratkiriemukas*.

Huomiota hauskuudessa päivityksen hyvyyden kriteerinä kiinnittää, että sen esiin nostavissa luonnehdinnoissa arki saattaa olla esillä myönteisessä mielessä. Jokapäiväisen elämän tapahtumat kuuluvat hyvään statuspäivitykseen silloin, kun kyse on joko itsessään hupaisista sattumuksista tai kun ne tuodaan esiin päivityksen lukijaa hauskuuttavalla tavalla.

Toinen hyvän statuspäivityksen tärkeä ominaisuus on **lyhyys**, johon viitataan hauskuuden tapaan paljolti maininnan omaisesti – lisäksi kyseessä on jälleen määre, joka sijoittuu usein kärkeen tyyliään listamaisissa vastauksissa.

Lyhyttä hyvän päivityksen kriteerinä pitävien muotoiluissa on niukasti vaihtelua. Monesti vain kirjataan sana ’lyhyt’ tai mainitaan sen hieman väljemminä muunnelmina *lyhyehkö, suht lyhyt* tai *tarpeeksi lyhyt*. Epäsuoremmin vaatimus päivityksen lyhydestä tuodaan esiin seuraavaan tapaan: *Lyhyt, lause tai pari – Muutaman sanan luonnehdinta – Korkeintaan yksi tai kaksi lausetta – korkeintaan kaksi lausetta – mahduttaa alle kahdelle riville*. Sängen tavallista on muotoilla asia myös negaation kautta: *Ei saa olla liian pitkä – ei liian pitkä – ei kovin pitkä*. Vertailun vuoksi voi todeta, että vastausjoukosta löytyy vain pari mainintaa, joiden mukaan päivityksessä on hyvä olla *enemmätkö pari sanaa* tai että *pituu-della ei väliä*.

Lyhyden vaatimuksen vanavedessä seuraa usein päivityksen **ytimekkyys**, ja ’lyhyt ja ytimekäs’ on muotoilu, joka toistuu vastauksissa runsain mitoin. Sanaparin marssijärjestys, jossa lyhyys tulee edellä ja ytimekkyys mainitaan lähes samassa henkäyksessä, selittää sen, että ’ytimekäs’ saa

hyvän päivityksen määreenä lähes saman verran kokonaismainintoja (246) kuin 'lyhyt' (258), vaikka sen saamien ainoiden tai ensimmäisten mainintojen määrä on selvästi pienempi ('ytimekäs' 83, 'lyhyt' 194). Kakkosmainintojen vertailu havainnollistaa asetelmaa yhtä selvästi: kun 'lyhyt' mainitaan toisena 36 kertaa, 'ytimekäs' kerää peräti 130 toista mainintaa.

'Ytimekkään' kanssa samaan merkitysryppäeseen voidaan lukea myös 'naseva' ja 'napakka', jotka saavat kumpikin melkoisesti mainintoja. Myös 'tiivis', 'osuva', 'kiteyttävä' ja 'terävä', joita käytetään muutamia kertoja, on katsottu tässä samaa tarkoittaviksi. Huomattakoon että toisin kuin lyhyiden tapauksessa ytimekkyyttä ei juurikaan määritellä kiistämisen tai torjunnan kautta, joskin kerran hyvän päivityksen kriteerinä mainitaan *ei turhaa jaarittelua*.

Ensimmäisten perusteella kolmanneksi merkittävin hyvän Facebook-päivityksen piirre liittyy päivityksen aiheeseen tai sisältöön ja nimenomaisesti siihen, että päivitys **kertoo muiden kuulumisista**. Kannattaa panna merkeille, että toisten kuulumiset nousevat eri tavoin esiin monissa muissakin 'hyvän' luonnehdinnoissa, joissa on etualalla jokin toinen näkökulma tai aspekti. Varsinaiseen kuulumisista kertomisen luokkaan sijoitettiin koodauksessa vain maininnat, joissa se nimetään päivityksen pääasiaksi. Huomiota kiinnittää, että nimettäessä 'kuulumisten kertominen' statuspäivityksen hyvyyden kriteeriksi, muotoilut saattavat olla huomattavankin monisanaisia. Muotoilut ovat tyypillisesti seuraavanlaisia: *hyvä päivitys kertoo kuulumisia – Sellainen, joka kertoo siitä, mitä kyseisen henkilön elämässä tapahtuu – Saa tietää mitä ko. henkilölle elämässä tapahtuu.. – kertoo mitä on tapahtunut/mitä puuhailee/mitä tuntemuksia – Ihan vaan kertoa mitä tekee pääpiirteittäin. Tai jos on tapahtunut jotain suurempaa – kaikenlainen tieto kavereiden kuulumisista kiinnostaa, uusimmat kuulumiset, esim. työpaikan saanti tai illan suunnitelmat – Kertoo jotain siitä, mitä toiselle kuuluu – Sellainen, mikä kertoo aika laveasti sen, mitä kuuluu tai mitä on tehnyt parin viime päivän aikana – Hyvässä statuspäivityksessä voidaan kertoa jokin päivän sattuma, kuulumisia – kertoo jotain kuulumisista tai sen hetkisestä filiksestä – jossa ilmaistaan jotain tapahtunutta/tapahtuvaa ja omia tuntemuksia – Ei tarvii olla mitään erityishienoa, omia kuulumisia vain aidosti, tai melkein mikä vaan juttu/kysymys minkä haluaa muiden kanssa jakaa – Kertoo, mitä tällä hetkellä aikoo tehdä tai mitä on mielessä. Ei mitään filosofisia löpinöitä.*



Neljäs tärkeä hyvän statuspäivityksen kriteeri on **kiinnostavuus**, jonka muunnelmina esiintyvät usein myös 'mielenkiintoinen', 'mielenkiinnon herättävä' tai 'kiinnostuksen herättävä'. Kiinnostavuuteenkin on tavallista viitata sangen lakonisesti, mutta mainintaa saatetaan joskus myös jatkaa tai täydentää sitä negaation varaan rakentuvalla esimerkillä siitä, mitkä tai millaiset seikat *eivät* ole päivityksessä kiinnostavia.

Edellä jo käsitellyn ytimekkyyden kanssa lähes saman verran ensimmäintoja hyvän statuspäivityksen kriteerinä saava **informatiivisuus** kuuluu niin ikään lyhyen toteavasti ilmaistuihin 'hyvän' määreisiin; vain harvoin maininnoissa valotetaan tai täsmennetään sen enempää, mitä vastaaja informatiivisuudella oikeastaan tarkoittaa. Pienistä vihjeistä käy toisinaan ilmi, että puhe on yleisten uutisten sijasta usein kavereiden päivityksistä ja niiden asia- tai tietopitoisuudesta. Toisaalta 'informatiivisuudella' tuntuu olevan eri vastaajille erilaisia merkityksiä; joskus se esimerkiksi viittaa uuden tiedon sijasta pikemminkin päivityksen yksityiskohtaisuuteen.

Valotan **ei-arkisuuden** kriteeriä tuonnempana lähemmin erikseen, kun tarkastelen miten hyvää statuspäivitystä määritellään kiistämissä ja torjumisen kautta. Tässä voi kuitenkin jo huomata, että nimettäessä hyvän statuspäivityksen kriteeriksi ei-arkisuus muotoilut ovat usein sangen vuollaita. Lisäksi mukana saattaa olla vahvaa tunnelatausta.

### *Hyvän statuspäivityksen liukuväripinnalla*

Kysymystä statuspäivityksen hyvyyden määreistä on kiinnostavaa lähestyä silmäämällä hieman tarkemmin 'hyvän' vivahdekirjon luonnetta. Tällöin huomataan ensiksikin, että monet hyvän päivityksen kriteereistä suhteutuvat toisiinsa kuin värit liukuväriasteikolla; määreiden raja-alueilla niiden eroja saattaa olla käytännössä lähes mahdoton paikantaa tarkasti. Luonnehdinnoissa toisin sanoen lähestytään statuspäivityksen hyvyyttä suunnista, jotka eivät vain ole lähekkäisiä vaan tuntuvat myös sävyttävän asteittain toisensa.<sup>47</sup>

---

47 Havainnollisen esimerkin tästä 'liukuvärisyydestä' tarjoaa määreiden 'ajan-kohtainen' ja 'informatiivinen' suhde. Useimmiten näiden kahden erottaminen toisistaan on helppoa itse sanojen toistuessa ennen muuta lakonisissa maininnoissa. Etenkin kerrottavien asioiden uutuuteen tai tuoreuteen viitattaessa luonnehdinta voisi kuitenkin usein sijoittua kumpaan määreluokkaan tahansa. Näissä tapauksissa koodauksessa tehtiin se ratkaisu, että

Toiseksi – ja tässä yhteydessä vähintäänkin yhtä kiinnostavasti – huomataan, että hyvän päivityksen kriteerit jäsentyvät vahvasti myönteisyys–kielteisyys-akselille. Tähän liittyy edellä jo esiin tuotu päivityksen hyvyyden rakentaminen negaation tai torjunnan varaan sekä tällaisten 'ei tätä' - tai 'jotakin muuta kuin tätä' -tyyppisten määrittelyjen yleisyys koko vastausjoukossa.

Torjunnalle rakentuvista päivityksen hyvyyden luonnehdinnoista voi huomata tässä sen, että ne laajenevat joissakin tapauksissa itse päivitystekstin ulkopuolelle – ottamaan kantaa myös (ja joskus jopa ensi sijassa) siihen, mitä päivityksen tekijä tulee itsestään, tekemisistään ja elämästään ilmaisemaan. Suhtautuminen saattaa samalla olla julkilausutun normittavaa ja emotionaalisesti latautunutta. Hyvän päivityksen piirteitä listaavissa tai niitä lakonisesti luonnehtivissa maininnoissakin voi aistia oman normittavan ja tunnepitoisen pohjavireensä, joka ilmenee muotoilujen painokkaassa ja jopa käskevässä haukahtelussa: päivityksen on oltava 'hauska', 'lyhyt', 'ytimekäs', 'informatiivinen', 'kiinnostava', 'positiivinen'. Erityisesti torjunnalle monisanaisemmin rakentuvat hyvän statuspäivityksen määrittelyt kuitenkin tarjoavat tulkinnalle tältä osin enemmän pureskeltavaa.

Erittelen hyvän statuspäivityksen määreitä sekä 'hyvän' määrittelemistä itseään tekstuaalisena toimintana seuraavassa yksityiskohtaisemmin. Suuntaan huomiota nyt myös harvalukuisempiin kriteereihin, jotka täydentävät kiinnostavasti 'hyvän' merkityskirjon palettia.

Lähden tarkastelussani siitä, että Facebookin statuspäivitys on tiheä ja monikerroksinen verkon tekstityyppi, jonka luonne ja funktiot eivät tyhjenny keskinäisen yhteydenpidon välineenä toimimiseen. Vaikka huomattava osa vastaajista näkee päivityksen tehtäväksi välittää sangen suoraviivaisestikin muiden kuulumisia, myös näissä tapauksissa saatetaan tuoda

---

kun maininnassa esiintyi julkilausuttu viittaus tietoon tai informaatioon, se sijoitettiin 'informatiivisen' kategoriaan. Pari esimerkkiä luokasta 'ajankohtainen': *Päivitys kertoo jotain uutta – uutta kertova – Jos on tapahtunut jotain uutta – Hyvä statuspäivitys kertoo jotain uutta ja ajankohtaista*. Pari esimerkkiä luokasta 'informatiivinen': *Sellainen, jossa tulee ilmi jotain uutta tietoa – Antaa uutta tietoa – Jotain uutta infoa*.

Liukuvärisyyden luonnetta voi havainnollistaa myös erolla selväpiirteisemmin toisiinsa niveltuviin määrepareihin, kuten 'lyhyt' ja 'ytimekäs' tai Facebookin huonoista puolista 'aikaavievä' ja 'kouruttava'. Tiiviissäkin keskinäisyydessä näiden kaksikoiden puolet erottuvat selvästi toisistaan.

esiin, että raportoimisen tulee esimerkiksi sisältää tekijän tunteja ja/tai kuvailla tämän tunnelmia enemmän tai vähemmän fiilistelevästi. Toisaalta on tärkeää huomata, että päivityksen hyvyttä arvioitaessa päivityksiä saatetaan tulkita itsessään sosiaalisina tekoina ja siten elimellisinä osina ihmisten kanssakäymistä ja julkista yhteiselämää.

Silmään luvun lopuksi erikseen omien statuspäivitysten kuvauksia ja suhteutan ne muiden päivityksistä esitettyyn. Vaikka omia päivityksiä käsitellään vastauksissa vähän, niiden ja toisten päivityksiä koskevien luonnehdintojen vertailu tarjoaa joitakin aineksia pohtia, millaisia eroja ja yhtäläisyyksiä yleisön ja tekijän tai tekijä-esiintyjän aseman välillä Facebook-ympäristössä on.

### Sisällöltään hyvä Facebook-päivitys

Kun Facebookin statuspäivityksiä tarkastellaan kulttuurisina artefakteina tai teksteinä, kirjallisuudentutkimuksesta tuttu sisältö-muoto-jaottelu on käyttökelpoinen. Jaottelun pohjalta vaikuttaa ainakin äkkipäätä siltä, että nimenomaisesti päivitystekstin *sisältöä* koskevat vaatimukset korostuvat vastausjoukossa selvästi.

Kuten edeltä muistetaan, jo hyvän statuspäivityksen merkittävimmän piirteen eli hauskuuden vaatimus kohdistuu ennen muuta päivityksessä kerrottuihin asioihin. Vastaavasti ei-arkisuus, kiinnostavuus, informatiivisuus, asiallisuus, ajankohtaisuus, erityisyys, yllättävyys ja hyödyllisyys ovat päivitysten sisältöä koskevia 'hyvän' kriteereitä – puhumattakaan päivityksen hyvyyden yhdestä tärkeimmästä puolesta eli siitä, että se kertoo kuulumisista. Toisaalta on syytä pitää mielessä, että niin hauskuus kuin vähäisemmässä määrin kiinnostavuus saattavat liittyä myös päivityksen esitystapaan. Lisäksi lyhyys ja ytimekkyys ovat tietysti päivityksen muotoa koskevia määreitä.

Päivityksen hyvyttä sen sisällön suunnasta määrittävien kriteereiden luonnetta voidaan valottaa lisää silmäämällä vaikkapa päivityksen 'olennaisuutta' ja 'erityisyyttä' korostavia mainintoja. Huomattakoon, että jälkimmäisten joukosta löytyy myös jokunen viittaus, joissa 'erityisyys' on päivityksen sisällön ohella sen muotoon liittyvä kysymys.

*Olennaisuutta* vaadittaessa puhe on nimenomaisesti päivityksen käsittelemästä asiasta. Jänneväli siinä, mihin vastaajat olennaisella viittaavat, ulottuu päivityksen 'edes jonkinlaisesta sisällöstä' siihen, että kerrottava asia

on todella merkittävä tai tärkeä. Sängen tasasuhtaisesti toistuvat muotoilut 'jotakin asiaa', 'mainitsemisen tai kertomisen arvoinen asia', 'oikeaa asiaa tai sisältöä', 'merkityksellinen tai merkittävä asia', 'iso tai suuri asia' 'tärkeä asia' ja 'oleellinen asia'. Vaikka 'asian' luonnetta ei yleensä täsmennetä, epäsuorasti käy ilmi, että useimmiten kyse on nimenomaisesti kavereiden tekemisiä ja näihin liittyviä tapahtumisia koskevista asioista. Poikkeuksellisesti saatetaan tuoda esiin, että kyseessä voi olla *merkittävä juttu (omassa elämässä tai yhteiskunnassa)*.

Edellytettäessä hyvältä statuspäivitykseltä *erityisyyttä* huomio puolestaan kohdentuu siihen, että päivityksen sisällön tulee 'poiketa tavanomaisesta tai arjesta', olla 'erilainen', 'erityinen', 'erikoinen', 'poikkeuksellinen' ja kenties jopa 'outo'. Kuten mainittua tästä määreluokasta löytyy myös pari mainintaa, joissa vaatimus erityisyydestä kohdistuu samalla päivitystekstin muotoon, kuten seuraavissa kahdessa poiminnassa: *Hyvä statuspäivitys kertoo erikoisesta tapahtumasta tavallisena päivänä, tai tavallisesta tapahtumasta erityisestä näkökulmasta – Jos aihe on tavanomainen, pitää kielenkäytön olla erikoisempaa*. Muodon erityisyyden korostaminen on kuitenkin niin harvinaista, että joukossa on (tämäkin hyvällä tahdolla tulkiten) vain yksi maininta, jossa se on etualalla: *erilainen näkökulma päivän kuumaan uutiseen*. Useimmiten vaatimus erilaisuudesta, erityisyydestä tai erikoisuudesta koskee sen asian tai tapahtuman luonnetta, josta päivityksessä on puhe.

Huomionarvoista tässä yhteydessä on, että hyvän päivityksen sisältöä määritellään esittämällä erilaisuus tai poikkeaminen joksikin toivottavaksi ja tavoiteltavaksi. Samaan aikaan sängen moni erityisyyden 'hyvän' kriteeriksi mainitseva jatkaa tai täydentää määrittelyään negaatiolla. Esiin saatetaan tuoda vaikkapa esimerkki siitä, mitä tai millaista on se tavallinen ja normaali, josta päivityksen tulee poiketa tai johon nähden sen tulee olla erilainen tai erityinen. Näissä täydennyksissä ja esimerkeissä manautuu näkyviin positiivisuus–negatiivisuus-jännevälin toinen pää, jossa päivityksen hyvyttä luonnehditaan arvostelun, kiistämisen tai torjunnan kautta.

### Hyvä päivitys muodon näkökulmasta

Kun tarkastellaan, miten vastauksissa lähestytään statuspäivityksen hyvyttä *muodon* suunnasta, voidaan alkajaisiksi havaita, että huomio on nyt päivityksen luonteessa kielellisenä esityksenä, kirjoitettuna tekstinä.

Puhe on mielihyvästä, jota taidokas ja kekseliäs, muille näppäryydellään ja nokkeluudellaan huvitusta ja oivalluksia tuottava sekä kommentointia ja keskusteluakin virittävä kielenkäyttö saattaa synnyttää.

Totesin edellä, että muodon ulottuvuus on läsnä lyhyiden ja ytimettyjen kriteereissä, ja se nousee paikoitellen esiin myös vaadittaessa päivitykseltä hauskuutta tai kiinnostavuutta. Nyt on kuitenkin puhe luonnehdinnoista, joissa päivityksen kielellinen ilmaisu on pääosassa. Kuten yhdessä vastauksessa kiteytetään: *Hyvässä päivityksessä ei välttämättä tarvitse olla kovinkaan tärkeää asiaa vaan tärkeää on enemmän oivaltava, hauska, monipuolinen, värikäs kielenkäyttö.*

Kielellinen kekseliäisyys nivoutuu vastauksissa usein ajattelun ketteryteen ja muun muassa kykyyn tehdä uudenlaisia, ahaa-elämyksiä tuottavia kytkentöjä asioiden välillä. Joillekin statuspäivitysten hyvyttä kielenkäytön suunnalta lähestyville kielikuviutus ja mielikuviutus tuntuvat itse asiassa olevan lähes sama asia. Vastaavasti – liukuvärimetaforaa jälleen hyödyntäen – raja esimerkiksi nokkeluuden ja oivaltavuuden välillä on monilta osin vähintäänkin veteen piirretty.

*Nokkela*-määreluokan maininnoissa viitataan usein sanaleikkiin tai sanoilla leikittelyyn, ja nokkelan lisäksi kategoriaan sisältyvät 'kekseliäs' ja 'näppärä'.<sup>48</sup> Selvästi useimmin esiintyy termi 'nokkela', ja sitä käytettäessä joko luonnehditaan statuspäivitystä yleisesti nokkelaksi, katsotaan sen kertovan jotakin nokkelasti tai sisältävän nokkelia kommentteja, nokkeluuksia tai sutkauksia. Lisäksi jokunen nokkeluuteen viittaava vastaaja täsmentää, että hyvä statuspäivitys on nimenomaisesti *verbaalisesti nokkela*.

Erityisen vahvasti nokkeluuteen liittyvä kielellisen kekseliäisyyden ulottuvuus on esillä maininnoissa, joissa hyvän statuspäivityksen piirteenä pidetään sanoilla leikittelyä. Tällöin päivityksen joko todetaan sisältävän sanaleikin tai leikittelevän sanoilla, joskus jopa kikkailevan niillä.<sup>49</sup>

Sinänsä niin nokkeluus kuin kikkailukin saattavat olla myös kielteisiä statuspäivityksen määreitä, mutta pääosin niitä käytetään myönteisessä mielessä. Samalla käy epäsuorasti selväksi, että vastaavaan tapaan kuin vaadittaessa esitystavalta hauskuutta myös nokkeluuden vaateeseen liit-

48 Samaan määreluokkaan sisällytettiin koodauksessa myös 'älykäs' – ratkaisu, jossa voi tässä yhteydessä nähdä omat ongelmansa.

49 Huomattakoon, että lähelle *nokkelan* rajapintaa tulevat jotkut maininnat *sisältää jujun* -määreluokasta.

tyy tyypillisesti halu tulla myönteisessä mielessä, hyväntahtoisesti ja usein harmittomasti huvitetuksi. Tämän säännön vahvistaa ja sitä korostaa yksi vastaaja, joka nimeää hyvän statuspäivityksen määreeksi poikkeuksellisesti *vittuilun*. Myös tällöin on kyse kielellisestä nokkeluudesta tai näppärästä kielellä toimimisesta, mutta sanomisen vire on negatiivinen ja sanojan tarkoitus pahantahtoinen. Tässä mielessä 'vittuili' suhteutuu eräänlaisena anti- tai vastamääreenä myös hyvän statuspäivityksen positiivisuutta, sen myönteistä suhdetta lukijaan ja ei-loukkaavuutta suoraan korostaviin 'hyvän' määreisiin.

Kielellisen nokkeluuden vaatimuksilla on yhtymäkohtia monienkin määreluokkien kanssa, joskin niistä vain osa lähestyy statuspäivityksen hyvyttä juuri kielelliseen ilmaisuun liittyvänä kysymyksenä. Yksi tällainen rajapinta avautuu mainintoihin, joissa hyvän statuspäivityksen kriteeriksi esitetään sen *ironisuus* tai sarkastisuus – piirteitä, jotka voi halutessaan nähdä osiksi laajempaa päivitysten *monitulkintaisuutta*.

Niin ironia ja sarkasmi kuin monitulkintaisuus muissakin muodoissaan – moniselitteisyytenä, monimerkityksisyytenä, kryptisyytenä, mystisyytenä, salamyhkäisyytenä, salaperäisyytenä tai samanaikaisena vakavuutena ja hauskuutena – tuotetaan päivitykseen tietynlaisilla kielellisillä valinnoilla. Ironian tapauksessa kielellisesti rakennettu koukku voi suuntautua myös siihen ilmiöön, jonka osa ja ylläpitäjä Facebook-päivityksen tekijäkin kielen käyttäjänä on – tässä tapauksessa siis olla *statuspäivitysilmiötä ironisoiva*, kuten yksi vastaaja muotoilee. Toinen vastaaja tulee havainnollistaneeksi tätä ironisoimalla statuspäivitysten sarkastista tyyliä ja siihen hänestä sisältyvää ritualistisuutta tai tiettyä pakonomaisuutta: *Statuksiin kuuluu tekosarkasmi. Ei voi sanoa, että 'kävin kaupassa' vaan siihen pitää liittää joku pieni sattuma tai joku muu koukku*. Lisäksi ironian särmä voi kohdistua puhujaan itseensä; itseironiaan viitataan maininnoissa lähes yhtä usein kuin ironiaan yleensä.

Pidemmälle ja toiseen suuntaan kielenkäytön etualalle nostamisessa menevät ne muutamat vastaajat, jotka rinnastavat hyvän statuspäivityksen sanataiteeseen luonnehtimalla sitä esimerkiksi seuraavaan tapaan: *kau-nis – runollinen – Runollinen tunnelmakuvaus – luova – kuin pieni novelli – kirjallisesti ansiokas – Statuspäivitykset on taidetta – arvostan hyviä!* Tai kuten pari vastaajaa hieman monisanaisemmin ja sangen intoutuneeseen sävyyn kuvailee:

*Siitä näkee, että on käytetty 'sisäistä harkintaa', mutta että päivitys on kirjoitettu tunteella, eikä pelkästä halusta kikkailla tai olla nokkela, tai saada palautetta. Ei siis kosiskellen, vaan sydäimestä. Ihan niin kuin mikä tahansa hyvä kirjallinen tuotos, samat kriteerit :-).*

*Hyvä statuspäivitys kohottaa arkisen tekemiskuvauksen ylevälle tasolle. Siinä on poetiikkaa kotitarpeiksi. Statuspäivitys on statuskohotus!*

Havainnollista kontrastia kielellistä ilmaisua korostaville statuspäivityksen hyvyyden kriteereille tuovat päivitykseltä *selkeyttä* vaativat maininnat. Niissä kaikenlainen kryptisyys, salamyhkäisyys tai arvoituksellisuus torjutaan usein hyvin suorasukaisesti, sillä sen koetaan tuottavan turhaa tai ärsyttävää vihjailevuutta ja vaikeuttavan kerrotun asian ymmärtämistä.<sup>50</sup> Päivityksen kielellä ei tällöin nähdä arvoa itsessään, vaan kielen tehtävänä on toimia mahdollisimman tehokkaana välineenä sisältöjen siirtämiselle: *Sellaisella kielellä, jota kaverit ymmärtävät – selviää nopeasti mitä sen kirjoittaja haluaa sanoa – sellainen jossa asia tulee selväksi – Sellainen, jossa kerrotaan, miten asia on – Selkeä toteamus jostain asiasta – Selkeästi sanottu on paras.*

Yksi nokkeluuden kanssa jossain määrin limittyvä rajapinta löytyy kielen käyttämisen taitoa korostavien mainintojen suunnalta. Valtaosassa niistä nostetaan etualalle kielenkäytön normatiivinen oikeellisuus tai kieliopin ja kirjoittamisen taidot tavalla, joka tuntuu sulkevan pois kaiken kielellä leikkittelyn: *oikein kirjoitettu – kirjoitusasultaan oikea – oikeakielinen – Oikeinkirjoitussääntöjen mukainen – Ei sisällä yhdyssanavirheitä tai muuta järkyttävää – Kirjoitusvirheetön – kielellisesti muotopuhdas – kieliopillisesti ja ilmaisullisesti harkittu – hyvä kirjoitusasu ja virheettömyys – Hyvää suomea ja kieliopillisesti oikein kirjoitettu. Löytyy isot kirjaimet, pilkut jne. – hyvin kirjoitettu – hyvällä kielellä kirjoitettu – kielellisesti hyvin muotoiltu – kirjoitusasultaan hyvä – kirjakielen konventioista kunnioittava.*

Sanallisen nokkeluuden ja taitavan kielenkäytön välinen rajakin saattaa silti sävyttyä liukuvärisesti, kuten seuraavat esimerkit havain-

---

50 Lähelle selkeyden kriteeriä ja toisaalta sen kanssa toisinaan samassa yhteydessä esiintyen tulee vaatimus, että hyvä päivitys 'avautuu muillekin kuin sisäpiirille'. Painotus on tällöin muodon sijasta kuitenkin usein kerrotuissa asioissa ja usein samalla kirjoittajan (usein ärsytystä herättävässä) asenteessa.

nollistavat: *Hyvä statuspäivitys on myös kaunista, älykästä ja oikein-kirjoitettua kieltä – Kielellisesti kekseliäs ja kertova – Siinä on kielellistä oivaltavuutta – Hyvä statuspäivitys (...) on jollain kielellisellä tasolla oivaltava.*

### Myönteisyys hyvän päivityksen kriteerinä

Kuten edellä on noussut esiin, statuspäivityksen myönteisyys on vähintään epäsuorasti läsnä monissakin päivityksen hyvyyden määrittelyissä. Esimerkiksi merkittävimmässä 'hyvän' kriteerissä eli hauskuudessa on kyse nimenomaisesti positiivisesta ominaisuudesta.

Hauskuuden osalta voi täydentää edellä jo sanottua panemalla merkille, että viihdyttävyyden ohella se liittyy toisinaan myös myönteiseksi koettuun ajatusten viriämiseen ja oivalluksiin sekä käyttäjien julkisesti tapahtuvaan kanssakäymiseen. Hyvän päivityksen saatetaan katsoa olevan sellainen, että se *saa ensin nauramaan ja sitten ajattelemaan* tai *olevan hauska / saa ajattelemaan*. Lisäksi sisällöltään hauskat tai hauskasti kirjoitetut päivitykset saattavat synnyttää pitkälisempiäkin keskusteluja: *Hauskasti kirjoitettu päivitys tylsähköstäkin asiasta innostaa kommentoimaan – Kertoo jonkun yhden hauskan tapahtuman, arkipäivän kummeluksen. Herättää ihmiset kommentoimaan – Humoristinen, joka kirvoittaa kommentteja – Hauska tai hyvän mielen tuova kommentti, joka voi herättää keskustelua – Hauskinpiin statuspäivityksiin haluavat kaikki kommentoida ja näin aikaiseksi tulee aina pitkiä keskusteluja :).*

Kuten esimerkeistä käy ilmi, kyse on usein hulluttelusta, jonka päämääränä on yhteinen hauskanpito. Toisentyyppinenkään kommentointi ja keskustelu eivät silti ole poissuljettuja. Kuten yksi vastaaja havainnollistaa: *humoristisen yhteiskunnallinen. Sellainen, joka haastaa kommentoimaan.*<sup>51</sup>

Positiivisuus erottuu vastausjoukossa myös omaksi määreryhmäkseen, jossa ovat etualalla suorat vaatimukset päivityksen myönteisyydestä, ei-loukkaavuudesta ja myönteisestä annista lukijalle. Positiiviselta status-

---

51 Se, että *kantaa ottava* -kriteeriä ei juuri kytkeä 'hauskan' ja 'mielipiteen esittämisen' määreisiin saa kuitenkin pohtimaan, kuinka tavallista yhteiskunnallisesti suuntautunut huumori tai satiiri Facebookissa lopulta on – ja kuinka luontevan tai otollisen ympäristön sivusto tarjoaa näin suuntautuneelle kanssakäymiselle. Tähän liittyen yksi vastaaja huomattaa: *Itse pidän siitä, että kommentoidaan jotain ajankohtaista asiaa tai uutista, mutta huomaa että ne vain harvoin aiheuttavat keskustelua.*



päivitykseltä – joko tekstiltä itseltään, siinä kerrotuilta asioilta tai asioista kertomisen tyyliä – edellytetään ensiksikin sananmukaisesti myönteisyyttä. Myönteisyyden muunnelmina käytetään sangen tasasuhteisesti termejä 'positiivinen', 'mukava', 'hyväntuulinen' ja 'iloinen'. Myös sanat 'kiva', 'lämmihenkinen' ja 'pirteä' esiintyvät muutaman kerran.

Silloin tällöin positiivisuuden kriteeriin yhdistetään vaade, että päivitys ei saa olla negatiivinen. Seuraavaan tapaan: *Mieluummin positiivinen kuin negatiivinen – positiivinen (...) ei valitusta – Yleisesti ottaen positiivinen (...) Negatiivinen jatkuva valitus tympäisee – Ainakin positiivinen. Ei mitään valitusta, ruinausta tai itkua – Ehdottomasti positiivinen, ei surkutteleva – positiivinen (...) Synkät tai itsesääliä pursuavat statuspäivitykset tuntuvat tuovan monille (myös itselleni) epämukavuuden tunnetta.*

Oma lukunsa positiivisuuden määreluokassa ovat ne sangen monet tapaukset, joissa hyvää päivitystä määritellään torjumalla joskus kiivaastikin kielteisyyss tai arvostelemalla kielteisyyttä. Tavallisimpia kielteisiksi nähtyjä asioita, jotka eivät kuulu hyvään päivitykseen, ovat turhasta valittaminen ja ikävistä tai surullisista asioista kertominen: *ei pidä (...) valittaa – Ei mitään (...) ruikutusta – ei (...) marinaa – Ei mikään 'valitusstatus' – Ei valittamista – eikä ainakaan toistuvasti kaikesta valittava – Ei sisällä valitusta siitä että sataa/on satanut lunta – liika valittaminen on kurjaa – eikä muiden valituksia ole kiva lukea – eikä angsti – Vihaan turhaa valitusta säästä ja flunssasta statuksissa, se on aivan turhaa ja ketään ei kiinnosta – eikä tyyliin 'jos kukaan ei kohta soita mulle tapan itteni' – Ei valiteta sairauksista / lastenhoidosta tms – Eikä mitään masentelua tai säälin kerjystä! ('maailma kaatuu päälle' tai 'kukaan ei tykkää musta yhyy').*

Pari vastaajaa vahvistaa poikkeuksina positiivisuuden säännön tuomalla esiin, että *saa olla surullinenkin, jos käyttäjä on sillä päällä – saa olla myös ikäviä juttuja.*

Maininnoissa, joissa huomio kohdistuu päivityksen ja lukijan suhteen positiivisuuteen, puolestaan korostuvat vaatimukset siitä, että päivitys 'viihdyttää' tai 'piristää' lukijaansa, antaa tälle 'iloa', 'tuo hyvän mielen' tai 'saa hyvälle tuulelle', 'hymyilemään' tai 'nauramaan'.

Toisentyypistä – myötäelämiseen liittyvää – myönteisyyttä päivitykseltä edellyttää jokunen vastaaja, joiden mielestä hyvä päivitys 'herättää sympatiaa' ja 'saa samastumaan'. Näissä tapauksissa saattaa jopa vilahtaa näkyviin, että *esim. ongelmassa voi saada tukea ja myötätuntoa.*

Maininnoista, joissa päivityksiltä edellytetään, että ne eivät loukkaa muita tai pahoita kenenkään mieltä, voi todeta sen, että muina 'positiivisen' otteen variaatioina niissä esiintyvät seuraavat: päivitys 'ei ole ilkeä', siinä 'ei haukuta toisia', ei 'piilovittuilla' eikä nolata muita julkisesti.

### *Torjunta päivityksen hyvyyden määrittelystrategiana*

Kiinnostavaa on, että missä myönteisyys sävyttää käyttäjien odotuksia hyvästä Facebook-päivityksestä, siinä päivityksen hyvyyden määrittelemineen itsessään saattaa olla luonteeltaan vahvankin negatiivista. Merkillepantavan usein ja monissa eri yhteyksissä tuodaan nimittäin esiin, millainen *ei ole* hyvä päivitys tai millainen hyvän päivityksen *ei tule olla*. Tällöin kielteisyys on strategia siinä kielellisessä toiminnassa, jolla käyttäjät 'hyvää' statuspäivityksen osalta määrittelevät.

Aiemmin on käynyt ilmi, että negaatioita – arvostelua, kiistämistä, torjuntaa ja irtiottoa – esiintyy niissäkin määreryhmissä, joissa hyvän päivityksen ominaisuudet nimetään ensi sijassa positiivisin termein. Kuten juuri nähtiin, myös myönteisyyttä saatetaan vaatia jyrkän kielteisien äänenpainoin. Niin ikään edellytettäessä hyvältä päivitykseltä olennaisuutta, erityisyyttä ja informatiivisuutta ja vähäisemmässä määrin vaadittaessa siltä hauskuutta, kiinnostavuutta, ajankohtaisuutta, selkeyttä ja asiallisuutta luonnehdintaa saatetaan täydentää tai havainnollistaa kielteisellä esimerkillä.

Tarkastelen seuraavassa lähemmin hyvän statuspäivityksen luonnehdintoja silloin, kun päivityksen hyvyyden määrittelemisessä käytetään kiistämistä ja torjuntaa, toisin sanoen kun 'hyvä' rakentuu tavalla tai toisella negaation varaan. Kiintoisaa on kohdentaa huomio yhtäältä tällaisten määrittelyjen kielelliseen rakentamiseen ja toisaalta siihen, mikä on kulloinkin kiistämisen, arvostelun, torjunnan tai etäisyyden ottamisen kohde. Kuten edellä on jo useasti todettu, negaation varaan rakentuvista hyvän päivityksen kriteereistä määrällisesti merkittävin on ei-arkisuus, ja ruodin tätä määrettä erikseen omassa alaluvussaan.

Ei-arkisuuden jälkeen eniten mainintoja saavaan *ei liian henkilökohtainen* -negaatioluokkaan sisältyvät luonnehduinnat ovat pääosin suoran torjuvia. Keskeisin torjunnan kohde on joko päivityksissä kerrottavien tietojen liika henkilökohtaisuus, yksityisyys ja intiimiys tai päivityksen tekijän liian

avautuva, paljastava, vuodattava tai tilittävä tyyli omista asioista tai omasta (yksityis)elämästä, kuten perheen sisäisistä asioista tai pari- ja muista ihmissuhteista kerrottaessa. Merkillepantavaa on, että taustalla häämöttää usein ajatus Facebook-ympäristön liian avoimesta tai julkisesta luonteesta ja tähän liittyen siitä, millainen (verbaalinen) käytös po. tilassa on sopivaa.<sup>52</sup>

Joissakin luonnehdinnoissa toisten 'julkinen henkilökohtaisuus' torjutaan vahvan tunteenomaisesti: *Ei liian henkilökohtainen, koska kaikki eivät halua tietää ihan kaikkea elintavoistasi ja elämästäsi.. Ja vaikka haluaisi, niin kaikkea ei vain pidä kertoa 'koko maailmalle' – kertoo ihmisestä mutta ei liian henkilökohtainen (...) esim. 'haluan tappaa itseni' huonoin, fb on kuitenkin julkinen tila – Ei liian henkilökohtaisia: parisuhderiitoja tms. ei puida statuksissa. Ällöttävää oli esim. lukea toisen raskauspahoinvoinneista ja myöhemmin supistuksista yms. FB:ssä – Omasta elämästä ei kannata kertoa liian avoimesti. Joskus tuntee myötähäpeää, kun jotkut paljastaa fb:ssä koko elämänsä turhankin julkisesti.*

Arvostelua, kiistämistä ja torjuntaa hyödynnetään määrittelystrategiana toisinaan myös silloin, kun hyvän statuspäivityksen ominaisuuksiksi nimitetään *selkeys*. Tällöin saatetaan ottaa vahvan tunnelatautunut kanta siihen, että päivityksillä kerjätään muilta huomiota ja myötätuntoa tai yritetään pakottaa muut tekemään selventäviä kysymyksiä: *Selkeä toteamus jostain asiasta, ei salaperäisyyttä joka kerjää muita kysymään mistä on kyse – selviää nopeasti mitä sen kirjoittaja haluaa sanoa eikä siihen tarvitse laittaa kysyvää kommenttia, jotta asian pointti selviää – sellainen jossa asia tulee selväksi. ei sellainen, että saa miettiä mitähän se mahtaa tarkoittaa – ei jätä arvailemaan ja pakota ihmisiä kyselemään – inhoan päivityksiä, jotka pakottavat lisäkysymyksiin kuten 'voi ei', 'Nyt vituttaa', 'höh'. Ne eivät kerro mistään mitään – Sympatiankerjuu tai yritys olla 'salaperäinen' ärsyttävät. Kommentoin tai diggaan kavereitteni statuksia hyvin harvoin, en halua sillä tavoin palkita huomionkipeää käyttäytymistä – kommenttien kerjäys tyyliin 'ei jaksa odottaa..' tai 'miten tästä eteenpäin' on fb terrorismia parhaimmillaan – eikä ole sosiaalista psykoterapian hakua (tänään sitten mieli maassa sen jutun vuoksi).*

---

52 Huomattakoon, että osassa *asiallinen*-määreryhmän mainintoja Facebookin tilassa soveliasta käyttäytymistä normitetaan suoraan.

Määrällisesti sangen pienessä negaatioluokassa *itsekorostusta välttävä* (so. 'ei itsekorostusta') hyvää statuspäivitystä luonnehditaan esimerkiksi toteamalla, että hyvä päivitys on sellainen *jossa ei ole itsetehostusta – ei itseään liiaksi esiintuova – ei pröystäilyä – ei liikaa elvistelyä sillä missä paikassa kaveri on juuri (tyyliin että olkaa muut kateellisia) – Ei ainakaan mitään sushin syömiseen, punaviinin juomiseen ja muuhun statuskikkailuun ja lesomiseen liittyvää – eikä itseään 'ylistävä' – eikä pelkkää egon boostaamista – Ei lesoileva, kuten 'kävi kolmen tunnin hikilenkillä, nyt kokkaa terveellistä herkkuruokaa'.*

Torjunnan varaan statuspäivityksen hyvyyden luonnehdintaa rakennetaan myös, kun 'hyvän' kriteeriksi nimetään *sopiva päivittämistiheys*. Valtaosassa siihen sisältyvistä maininnoista hyvän päivityksen ominaisuutena pidetään sitä, että päivityksiä 'ei tehdä liikaa' tai 'ei liian usein'.

Merkillepantavaa on, että turhan tiheäksi koettu päivittäminen liittyy huomattavan usein arkisiksi tai tavanomaisiksi miellettyihin asioihin, kuten seuraavat poiminnat havainnollistavat: *Ei muutaman minuutin välein päivitettyjä ilmoituksia kotimatkasta, bussista nousemisesta ja vessareissusta – ei tarvitse joka ilta tietää milloin joku menee suihkuun tai nukkumaan – niitä ei tarvitse tehdä joka kerta kun syö, imuroi, kokkaa yms. – Ei päivitä liian usein eikä varsinkaan itsestäänselvyyksiä: 'menee kauppaan', 'syö', 'menee nukkumaan' jne – enintään kerran päivässä. kukaan ei jaksa lukea jaarituksia syömisestä ja nukkumisesta montaa kertaa päivässä.*

Vastaavasti määreluokassa *ei liian yksityiskohtainen*, jonka maininnoille on luonteenomaista jättää täsmentämättä, mihin vaatimus 'epätarkkuudesta' tai 'ei turhista yksityiskohdista' kiinnittyy, voi parin maininnan yhteydessä päätellä, että puhe on juuri jokapäiväisen elämän yksityiskohtien raportoimisesta (esim. *olematta kuitenkaan turhan tarkka, vrt. päivityksiin 'menen vessaan', 'tulin vessasta'*).

Huomata voi lisäksi, että monet niistä vastaajista, jotka pitävät hyvinä monenlaisia tai lähes kaikenlaisia statuspäivityksiä, kuitenkin nostavat esiin yhtäältä loukkaavuuden ja toisaalta arkirutiineista kertomisen asioina, jotka eivät kuulu hyvään päivitykseen: *Oikeastaan ihan mikä vaan. Siis kunhan ei muita lähde loukkaamaan – Oikeastaan kaikki muut ovat hyviä paitsi sellaiset, joissa oikeen pahasti loukataan jotain ihmistä – kaikki paitsi liian arkiset ja joka päivä toistuvat, esim. omasta nukkumaanmenosta – Oikeastaan kaikki muut kuin arjen rutiineista kertovat päiväkirjamaiset*

*listaukset – mikä tahansa voi olla hyvä, paitsi sellainen, joka kertoo esim. montako kuppia kahvia keitit aamulla ja jaksoitko juoda kaiken... – mikä tahansa paitsi sellaiset kuin 'hyvää yötä' tai 'kävin juuri paskalla'.*

## EIKÄ varsinkaan arkee!

Luonnehdinnat, joissa hyvän statuspäivityksen kriteeriksi nimetään suoraan ei-arkisuus, jäsentyvät muutamaksi selvärajaiseksi kimpuksi sen perusteella, miten silta torjumisen kohteeseen rakennetaan kielellisesti.<sup>53</sup> Ylivoimaisesti tavallisinta on käyttää komentomaisista muotoilua 'ei x' (so. 'ei tätä' tai 'ei tällaista'). Hieman pidempi versio tästä jyrkästä tokaisusta on 'ei pelkästään x'. Joskus kieltosanan painokkuutta vahvistetaan kirjoittamalla se versaalilla.

Muita tavallisia torjunnan kielellistämisen tapoja ovat muotoilut 'ei mitään x', 'ei tyyliin x', 'ei kerro x', 'ei kiinnosta x' ja 'ei jaksa x'. Näitä harvalukuisemmin esiintyvät muotoilut 'ei ole x' ja 'ei liity x'. Epäsuorasti torjunta rakennetaan niissä sangen lukuisissa maininnoissa, joissa statuspäivityksen halutaan olevan 'jotakin muuta kuin x'.

Suoraan kritiikkiin ja torjuntaan puolestaan siirryttäen niissä maininnoissa, joissa luonnehditaan sitä, millainen on 'huono päivitys'. Huonous saatetaan myös nimetä, ja tavallisimmin kyse on silloin 'turhuudesta', 'tylsyydestä', 'tyhmyydestä' tai 'typeryydestä'.

Oman kimppunsa muodostavat maininnat, joissa torjuntaa sävyttää päivitysten vastaajassa aiheuttama kokemus: hämmennys ('en ymmärrä'), ärsytys ('en pidä', 'ärsyttää') tai jokin vielä vahvempi kielteinen reaktio ('ottaa päähän', 'inhoan', 'vihaan').

Negaatiokimpuista suurin eli komentomaiset 'ei tätä' -maininnat lausuvat yleisellä tasolla julki myös sen, millaiset asiat halutaan sulkea liian arkisina statuspäivitysten ulkopuolelle. Torjumisen kohde nimetään tavallisesti typistetysti ja käyttämällä termejä, jotka siivuttavat kohteesta lähekkäisiä aspekteja: 'turha', itsestäänselvä, jokapäiväinen, 'tavallinen', 'tylsä', 'tyhjänpäiväinen', 'yhden tekevä', 'triviaali', 'banaali', 'aina sama'. Monisanaisemmissa muotoiluissa myös kohde määritellään yleensä laueammin ja yksityiskohtaisemmin, minkä lisäksi siihen saatetaan omaksua

53 Oma lähemmän semanttisen analyysin aiheensa olisi eritellä, määrittelee-  
kö erisanainen johdattaminen torjunnan kohteeseen myös tuon kohteen  
eri tavoin. Vähintäänkin eri kielellisillä muotoiluilla on toisistaan poikkeavaa  
retorista voimaa kohteeseen nähden.

eri suuntiin sävyttyneitä ja julkilausutusti omakohtaisia tai tunnepitoisia otteita.

Ylitse muiden statuspäivityksen ulkopuolelle kuuluvat erityisesti sellaiset asiat, jotka ovat vakiintunut ja toistuva osa (oletettavasti) kaikkien ihmisten jokapäiväistä elämää. 'Ei tätä' -strategiassa tämä arksisimman arjen torjuminen rakennetaan kuin näyttämällä Kielletty- tai Seis-merkkiä. Torjunnan kohteen paikalle saatetaan myös sijoittaa esimerkki tai sitten torjuntaa täydennetään tai havainnollistetaan esimerkillä: *ei itsestäänselvyyttä – Ei liian triviaali – ei liian tavallinen – ei yhdentekevä – ei tavanomaista toimintaa – Ei liian arkisia juttuja – Ei liian arkipäiväinen, kuten 'menis kauppaan' – ei arkipäiväinen (esim. menen töihin) – ei ihan tylsän arkinen (esim. 'lähtee kauppaan' – Ei 'tiskaa/siivoaa/lähtee jumppaan' tms arkipäiväisiä päivityksiä – eikä varsinkaan itsestäänselvyyksiä: 'menee kauppaan', 'syö', 'menee nukkumaan' jne – Ei turha kuten 'menen suihkuun' jne. – ei turhanpäiväinen (pesen pyykkiä/laitan ruokaa) – ei tyhjänpäiväinen (söin leivän ja se oli hyvää-tyylinen) – Ei vain 'kävi kaupassa' tai 'kattoo telkkuu boring' – Ei missään nimessä semmoisia 'lapseni sanoi sitä ja tätä ja ruoaksi söimme tätä ja tätä...' – Ei aina samoja päivityksiä (lenkille, töihin, nukkumaan) – Ei tylsä eikä arkipäiväinen, joka voisi olla kenellä vaan.*

Maininnat, joissa torjunta rakennetaan muotoiluilla 'ei ole tätä', 'ei tyyliin tätä', 'ei liity tähän', 'ei kerro tä(s)tä', 'ei mitään tätä' tai 'ei kiinnostaa tämä', tuovat vain vähän lisää siihen, mitä arjen puolia statuspäivityksistä halutaan torjua. Jos jotakin, ne piirtävät yksityiskohtaisemmin ja paikoin sangen tunnepitoisesti näkyviin, mitä jokapäiväinen elämä arksimmillaan ja siten torjuttavimmillaan on. Esimerkit kustakin kimpusta havainnollistavat asiaa.

Esimerkkejä määrittelystrategioista 'ei ole tätä' ja 'ei liity tähän': *Hyvä statuspäivitys ei ole itsestäänselvää ja jokapäiväistä ('koulussa', 'lähdän töihin') – Se ei ole liian arkinen, kuten: 'menen nukkumaan' – Hyvä statuspäivitys ei ole turhanpäiväinen. Ketä oikeasti kiinnostaa lukea jonkun joka ikinen vessakäyntikin, tai kahvinjuontituokio?!?! – Ei liity arkiaskareisiin – Päivitys, joka ei koske arkipäivän tylsyyksiä, kuten 'keitin juuri perunoita, kohta syön'.*

Esimerkkejä strategiasta 'ei mitään tätä' ja 'ei tyyliin tätä': *Ei mitään 'kävi kaupassa' – Ei mitään perus 'juonpa tässä teetä', 'väsyttää', 'vituttaa' – ei mitään menen saunaan tai syön... – Ei mitään 'kävinpä kakalla'*

*-juttuja – Ei mitään sellaista kuin leivoin tänään ja lapset tykkäsivät – ei mikään turha ‘menin kauppaan ja tulin takaisin’ – Ei mikään turha ja jatkuvasti samantyyllisiä ‘Söinpäs äsken makaronilaatikko ja hyvää oli’ – ei tyyliin ‘väsyttää’, ‘aikoo syödä’, ‘kuuntelee radiota’ – Ei tyyliin ‘siivosin kämpän ja tein makaronilaatikkoo’ – ei vain tyyliin ‘on kotona’, ‘menee nukkumaan’ tai ‘lähtee töistä kotiin’ – Ei tyyliin: ‘joo-o, meen suihkuun’ jne. – ei mitään turhia ‘kävin just vessassa’ – ei mitään itsestään selvää kuten että tiskaan. Tai kuten yksi vastaaja lataa pitkällisemmin ja olan takaa:*

*Ei mitään pitkäpiimäisiä jaarituksia tyyliin ‘töistä-pyykille-paskalle-kokkaamaan-vitutus-mahtava-lapset-kirkuu-ammunsiipan-nukkumaan-taas-töihin-aamulla-’ päivityksiä. Jokainen tyylillään, mutta itsellä jää suurin osa päivityksistä lukematta/noteeraamatta koska ovat sisällöltään mitänsanomattomia.*

Ja strategiasta ‘ei kerro tä(s)tä’: Hyvä statuspäivitys ei kerro itsestäänselvyyksiä – ei kerro arkiaskareista – ei kerro itsestäänselvyyksiä ja päivärutiineja kuten (.. syö, .. katsoo telkkaria,..on töissä, .. syö nakkia, ..menee suihkuun, ..kuivaa tukkaa jne) – hyvässä statuspäivityksessä Ei kerrota esimerkiksi arkisia rutiineja – ei kerro jokaista pikkuasiaa (kuten: äsken leivoint/tiskasin/pesin vessan/pyyhin pölyt/...) – ei ihkuta arkisia asioita kuten ‘Join just kahvia ja ah olipa ihanaa! – ei kerro arkisesta tylsyydestä tyyliin ‘...söin juuri voileivän’ – Sellainen jossa ei kerrota millaista on päivittäjän lapsen uloste tai jokin muu erite.

Kun arkisuuden torjunta rakennetaan eroa tekevällä ‘jotakin muuta kuin tätä’ -strategialla, negaatiota ei lausuta suoraan julki, mutta – kuten seuraavat poiminnat havainnollistavat – irtiottavan muotoilun ‘jotakin muuta kuin’ tilalle voitaisiin vaihtaa kieltosana, ja merkitys pysyisi käytännössä samana. Lisäksi etäisyyttä haetaan samoihin jokapäiväisen elämän toistuvuuksiin kuin muissakin tämän määreryhmän maininnoissa: *Jotain muuta kuin perusjuttuja, kuten menin nukkumaan, tai söin – Joku sellainen, joka kertoo jotain muutakin, kuin mitä käyttäjä on syönyt tai mitä tämä tekee seuraavaksi – kertoo muuta kuin ‘juo kahvia’, ‘kävi kaupassa’, ‘menee töihin’ – Jotain muuta kuin itsestäänselvyyksiä jokapäiväisestä elämästä – jotain muuta kuin arkiasioita (lenkillä käynti, siivous, pyykit, etc.) – Sellainen, joka kertoo muutakin, kuin että on menossa nukkumaan – jos on jotain muuta ku että esim. pesimpä pyykkiä – Jotain muuta kuin: ‘tulin töistä, söin ja nyt katson telkkaa’ – sellainen joka kertoo jotain muutakin*

*kuin että 'menee nukkumaan/salille/kauppaan' – kertoo muutakin kuin arkipäivän raportointia – Muuta kuin aina toistuvien rutiinien raportointista – jotakin muuta kuin joka päiväinen itsestäänselvyys.*

Myös silloin kun torjunta rakennetaan viittaamalla siihen, että statuspäivitys 'ei kiinnosta', tulilinjalla on arjen arkisuus tai jokapäiväisen elämän jokapäiväisyys. Erityistä tälle strategialle on, että painopiste on nyt vahvasti lukijan kokemuksessa. Vaihtelua esiintyy siinä, esitetäänkö kritiikki vastaajan omasta näkökulmasta, kokijaa nimeämättä vai yleistetäänkö torjunta kielen keinoin kaikkien tai kenen tahansa mielipiteeksi: *Minua ei kiinnosta kuulla, mitä kukakin on syönyt aamupalaksi tai kuka ei ole saanut vauvan itkun takia nukuttua – Minua ei kiinnosta jos joku on juomassa kahvia tai lähdössä kauppaan – Ei mua oikiastaan kiinnosta mitä ruokaa joku on tehnyt tms. – Minua ei kiinnosta milloin viimeksi kävit paskalla :D – 'syön leipää' -tason jutut ei kiinnosta – Se, että söin juuri spagettia, ei ole kiinnostavaa – Päivitykset tyyliin 'X pesee pyykkiä' eivät kiinnosta – Laulunsanat, suoliston tila, halipusuttelu tai mitä joku juuri söi ei kauheasti kiinnosta – Mitkään 'tiskasin just ja nyt teen ruokaa' -jutut ei kiinnosta ketään – ei ketään kiinnosta kuinka olet siivonnut tai tehnyt ruokaa tai vienyt koirat lenkille ja vääntänyt koulujuttuja..!! – ketään ei kiinnosta lukea miten joku heräsi, sitten lähti töihin, on töissä, pitää lounastauon jne. – ketään ei kiinnosta siivositko juuri – Ei ketään kiinnosta lukea kenenkään tiskauksesta – ketään ei kiinnosta jos joku menee nukkumaan – Kaupassa ja kampaajalla käynti, pyykin pesu, siivoaminen ja ryyppääminen eivät kiinnosta ketään, ainakaan ei pitäisi.*

Ylellä painokkaammin lukijan kokemus on keskiössä maininnoissa, joissa tuodaan esiin päivitysten itsessä aiheuttamia kielteisiä reaktioita. Tuntemusten asteikko ulottuu hämmennyksestä ärsytyksen ja inhon kautta suoranaisiin vihan ilmauksiin. Mikä kiintoisaa, negatiivinen kokemus saattaa kohdistua päivitystekstin sijasta sen tekijään eli oudoksunnan ja ärsytyksen kohteeksi nousee toisten ihmisten toiminta päivitysten tuottajina: *En ymmärrä miksi ihmiset laittavat statukseen vaikka 'heräsi juuri..' tai 'menee nukkumaan..' tyyppistä peruselämää – En pidä 'käyn kaupassa', 'olen töissä' -tyylisistä tavanomaisuuksista, tai sitten sellaisista, joissa kuvaillaan viimeyön vatsatautia yksityiskohtaisesti – ärsyttää kun jotkut päivittelee ihan turhia asioita, esim kävin parvekkeella tms... – Ärsyttävää on jatkuva päivittäminen turhista asioista (esimerkiksi päivittää kuusi kertaa päivässä että nyt juon kahvia ja nyt menen töihin ja*



*nyt katson tv:tä...) – ainaiset ‘Mitä lapsi tekee’-päivitykset ottaa päähän – Inhoan statuspäivityksiä tyyliin ‘kävin lenkillä, nyt syön ja sitten menen nukkumaan’ – Inhoan äitien ja isien päivityksiä tyyliin ‘nyt ois korvatu-lehdusta tarjolla’ sekä raskaanaolevien tuntemuksia, joita he päivittävät noin parin tunnin välein – vihaan päivityksiä tyyliin..pitäskö mennä kauppaan, jos sitä vaikka menis nukkuu, tuln kotia jne. – Vihaan ‘juo kahvia’-tai ‘menee nukkumaan’ -päivityksiä.*

Lopulta osassa torjunnalle rakentuvia hyvän statuspäivityksen luonnehdintoja määritellään suoraan sanoin, millainen on hyvän sijasta **huono** statuspäivitys. Usein päivityksen huonous on ‘turhuutta’, ‘typeryyttä’, ‘tyhmyyttä’ ja ‘tylsyyttä’. Merkillepantavasti huonous sinänsä liittyy jälleen vahvasti arkielämään ja siitä raportointiin: *Helpompaa on sanoa mikä on huono, eli jatkuva päivittely joka asiasta jota teet.. tiskaat tai mitä syöt, esim. joka päivä.. – helpompi sanoa, millainen on huono: ‘lähtee kauppaan’ – Hyvää statuspäivitystä on vaikeampi määrittää, mutta huono on helppo: tyyliin ‘olen koulussa’, ‘syön kanaa’, ‘olen paskalla’ ovat tyhjänpäiväisiä ja joista ei ole iloa kenellekään – Huono statuspäivitys on sellainen tosi yhdenmukainen ‘kävinpä lenkillä’ tms. – ‘siivoaa’, yms. ovat huonoja – Huonoja ovat kaikki sellaiset, joissa ihmiset raportoivat siivoamisesta ym. kotitöistä tai miten saivat nukuttua pienen lapsensa kanssa tai mitä lapset ovat milloinkin sanoneet yms. – päivitykset, joissa kerrotaan tavanomaisista asioista kuten töissä käynnistä, kotitöistä tai liikuntasuorituksista ovat turhia – Siivoamisen, syömisen ym. ilmoittaminen on turhaa – ‘kävin lenkillä ja nyt menen suihkuun’ -päivitykset on tyhmiä – Tyhmää on kertoa arkipäiväisistä asioista, kuten opiskelusta tai siivoamisesta tai töistä... – On typerää kommentoida, että ‘maanantai’ tai ‘siivoan...’ – ‘menossa maitokauppaan’ -tyyppiset tylsiä – selitykset peruspäivä kuluista tyyliin ‘heräsin aamulla ja koulussa oli tylsää ja illalla vielä lenkille sitten’ ovat tylsiä – Perinteinen XX@work on maailman tylsin.*

### **Statuspäivitykset tekijän näkökulmasta**

Omien statuspäivitysten arvioinnissa huomiota kiinnittää, että toisin kuin muiden päivityksiä luonnehdittaessa nyt ei niinkään puhuta päivitysten hyvydestä kuin kuvataan sitä, millaisia päivityksiä vastaaja itse tekee ja mistä syystä. Luonnehdinnat sisältävät osin samoja ‘hyvän’ kriteereitä kuin joita vaaditaan – tai jotka torjutaan – muiden päivityksiltä.

Kiinnostavaa onkin tarkastella yhtäläisyyksiä ja eroja muiden ja omien päivitysten kuvauksissa.

Omien statuspäivitysten luonnehdinnoissa korostuu ensiksikin selvästi enemmän – ja vähemmän kriittisesti – *kuulumisten kertominen*, joka on niiden yhteydessä useimmin mainittu seikka. Sangen moni tuo esiin kirjoittavansa päivityksiä nimenomaisesti arkisista tekemisistään ja niihin liittyvistä tuntemuksistaan; joskus mukana on myös halu informoida kavereita: *Mitä teen. Viimeinen ruoka, kuva ja resepti – Kertoo ajankohtaista tapahtumaa päivästäni – mitä teen/ajattelen tms. – se kertoo lyhyesti ja ytimekkäästi mitä ajattelen tai mitä teen – kertoo jotain selkeää siitä mitä minulle kuuluu – Missä olen ja miksi ja mitä teen – En hyvyydestä tiedä, mutta itse teen informatiivisia statuksia joista muutkin voi tykätä. Esim. ostin uuden paidan/CD:n tai tein pullia jne. – usein kirjoitan arjen sattumuksista tai raportoin työ- ja viikonloppumatkoista jos vaikka joku tuttu sattuisi olemaan samassa kaupungissa – Omalla kohdalla juuri sellainen kuin kulloisellakin hetkellä parhaalta tuntuu, paljoakaan ei tuntemuksia tule sensuroitua – ei mitään pilkuntarkkaa, vaan omia tuntemuksia ja tekemisiä pintapuolisesti – kertoo jotakin konkreettista: mitä olen tekemässä tai aion tehdä (informatiivisuus) – Itse kerron enemmän mitä ajattelen tai feeliksisistä kun mitä teen – Laitan vaan mitä itse mietin enkä mieti onko se varsinaisesti hyvä vai ei.*

Yksi muiden päivitysten arvioinnissa käytetty hyvyyden kriteeri eli kerrottavien asioiden olennaisuus tai väljemmin se, että päivityksessä esiin tuotava on eri syistä ylimalkaan kertomisen arvoista nousee näkyviin myös joillakuilla omia päivityksiään luonnehtivilla: *Vaihdan statuksen vain kun minulla on jotain kerrottavaa, joka voisi olla kiinnostavaa – Kirjoitan statuksen vain jos minulla todella on jotain kerrottavaa, en raportoi esimerkiksi siivoamisesta tai ruoanlaitosta – Jokin minulle tärkeä asia, ei päivittäinen vaan isompi juttu – En aio tehdä statuspäivityksiä, ellen ole tehnyt tai kokenut jotakin todella kiinnostavaa – Kertoo jotain oleellisista, jotain josta voi olla kavereille hyötyä.*

Toinen omia päivityksiä luonnehdittaessa usein esiintyvä piirre liittyy päivityksen hauskuuteen, jolloin tavoitteena saattaa olla muiden saaminen hyvälle tuulelle. Mielikuva päivitystä lukevasta yleisöstä ja halu viihdyttää sitä ovat näissä yhteyksissä sangen vahvasti esillä: *Pyrin tekemään nasevia, hauskoja ja positiivisia kommentteja elämästäni – itse pyrin*

*lisäämään päivityksiin huumoria – Itse tykkään lukea hauskoja, syvällisiä tai aivan absurdeja statuksia joten pyrin itse samaan – Omani usein kyynisen vitsikkäitä – Kertoo elämästäni jotain sellaista joka (...) huvittaa toisia – Statuspäivityksen tarkoituksena on viihdyttää ja provosoida ystäviäni – Hauska ja naseva. En päivitä itsestäänselvyyskiä tai muuta tylsää..*

Jokunen haluaa huvittaa päivityksillään nimenomaisesti tiettyä kohdeyleisöä tai 'sisäpiiriä': *Hauska ja napakka, joka viittaa johonkin tiettyyn tapahtumaan, johon on osallistuttu jollakin tietyllä porukalla. Statukseni on yleensä tarkoitettu jollekin kaveriryhmälle, jonka kanssa olen tehnyt jotakin hauskaa – Luulen, että omat tilapäivitykset naurattavat muutamia läheisiä tuttuja, mutta vieraammilta ne menevät yli hilseen.*

Lisäksi muutama vastaaja korostaa haluavansa kertoa nimenomaisesti positiivisia kuulumisia: *Jokin hauska sattuma, arkipäiväinen ilo (...) jonka haluaa jakaa muiden kanssa – Yleensä kerron päivityksissä vain hyviä ja kivoja asioita – mieluummin kerron esim. hyvistä filiksistä – En halua valittaa statuksissa – Kerron sopivan iloisesti, ehkä hauskastikin, mitä sillä hetkellä kuuluu, mutta en repostele yksityiskohtia – Jos ei ole mitään hyvää sanottavaa, jätän tilani päivittämättä.*

Poikkeuksen myönteisyyden tavoittelusta tekee yksi vastaaja, joka ei myöskään tunnu hakevan statuspäivityksillä yleisöhuomiota vaan pikemminkin itseilmaisun tarjoamaa terapeutista vaikutusta: *miulla on yleensä varsin negatiivisia statuspäivityksiä koska angstisena sitä yleensä huvittaa enempi kirjoitella facebookiin tuntojaan.*

Kuvattaessa omia päivityksiä ja niiden tekemistä statuspäivitystä luonnehditaan jossain määrin myös negaatiostrategian avulla. Erityisesti halutaan välttää joko liiallista henkilökohtaisuutta tai liikaa arkisuutta, jotka nousivat torjunnan kohteina esiin muidenkin päivityksiä arvioitaessa: *en itse halua avautua tekemisistäni kovin laajasti – En halua kertoa turhista asioista tai henkilökohtaisista asioista – Liian henkilökohtaisia postauksia vältän, koska viesti voi levitä – itse en voisi koskaan postittaa parisuhdeasioistani, varsinkaan kivuliaista – Itse olen yrittänyt nostaa statuksen kirjoittamisen rimaa sillä tavalla, etten nyt ihan arkipäiväisistä siivouksista päivittäisi statustani – Itse en tee päivityksiä: 'tulin juuri kaupasta' tms. – Ketään tuskin kiinnostaa esimerkiksi että menen kauppaan ja sitten teen ruokaa – jatkuvat tylsät statuspäivitykset ovat raivostuttavia. En jaksa lukea niitä muilta joten en kirjoita sellaisia itsekään – En näe mitään järkeä päivittää tilaa tunnin välein, tai laittaa esimerkiksi herätessä 'huomenta'*

*seinälle. En tee ns. turhia päivityksiä – En kerro, jos syön puuroa tai siivoan kotona, ketä kiinnostaa...?*

*Omia päivityksiä kuvattaessa jonkin verran mainintoja saa lopulta niiden kantaa ottavuus ja keskustelun herättäminen. Merkillepantavaa on, että näihin viitataan suhteessa useammin kuin luonnehdittaessa muiden päivityksiä: Itse pyrin aiheuttamaan reaktioita – Mieluiten pyrin aina herättämään jollain tavalla keskustelua – Yritän tehdä statuspäivityksiä, joissa on sisältöä ja jotka herättävät keskustelua. Toisaalta aiheet ovat usein aivan tavallisia, arjen hauskoja sattumuksia – lyhyt ytimekäs ja keskustelua herättävä kuvaus omasta toiminnastani tai tilastani – Omat statuspäivitykseni ovat aika usein keskustelua herättäviä, mikä on mielestäni kiintoisaa – moni omistanikin liittyy ajankohtaisiin ilmiöihin Suomessa ja usein politiikan ja tieteen parissa.*

Yksi selvä ero omia ja muiden statuspäivityksiä arvioitaessa on, että vaikka monet sinänsä haluavat hauskuuttaa päivityksillään toisia, muiden statuspäivitysten yhteydessä esiin nouseva vaatimus kielenkäytön nokkeluudesta ja taitavuudesta jää nyt syrjään. Vain yksi vastaaja mainitsee, että hänen tavoitteenaan statuspäivityksessä on *kielellisesti kekseliäs lause, joka tuo kryptisyydessään esiin jonkin kummallisen huomion arkipäivän olosuhteistani*. Toinen puolestaan nostaa esiin kielenkäyttöön liittyvän 'taiteellisen' harrastuksensa: *Itse tykkään kirjoittaa statukseen aforismeja ja laulun sanoituksia jotka jotenkin liittyvät elämääni*.

## **Facebook-päivitysten vaativa yleisö**

Hyvää statuspäivitystä luonnehdittaessa asetutaan siis valtaosin vastaanottajan asemaan eli arvioimaan ja arvottamaan muiden Facebook-käyttäjien tekemiä päivityksiä. Luonnehdinnoista piirtyy näkyviin vaativa yleisö, joka tietää mitä se hakee: hauskoja ja kiinnostavia kuulumisia, yleistä huvitusta, yllätyksiä ja oivalluksia, informaatiota, ajatuksen ruokaa ja pureskeltavaa keskusteluihin, tunne-elämyksiä ja vähän esteettisiä kokemuksiakin – ja tätä kaikkea mielellään napakan maukkaina suupaloina. Yhtä selvää on, mitä päivitysten yleisönä ei haluta: joutua kuulemaan liian usein, pitkällisesti ja yksityiskohtaisesti tylsiä tai synkkämielisiä esityksiä muiden arjesta, huolista ja murheista.

Facebook-päivitysten yleisönä toimimisen eri puolia tai muunnelmia voidaan täsmentää panemalla merkille, että päivitysten hyvyyden määrittelyä rakenteistaa kolme myönteisyys–kielteisyys-akselille jäsentyvää ulottuvuutta: miellyttävien kokemusten hakeminen ja epämiellyttävien välttäminen, yksityisen ja/tai intiimin ja julkisen välisen rajan säilyttäminen ja liian henkilökohtaisuuden/intiimiyden kavahtaminen sekä arjen erityisyyksien korostaminen ja sen samanlaisina toistuvien puoltien torjuminen. Hyvälle statuspäivitykselle yleisöpositiosta asetetut yksittäiset kriteerit ilmentävät näitä ulottuvuuksia eri kohdennuksin, sävyin ja yhdistelmin.

Erityisesti yleisöasemassa korostuvat päivitysten mahdollistama viihtyminen ja pesäeron tekeminen jokapäiväisen elämän ikäviin puoliin. 'Ikävä' puolestaan liittyy paitsi arjen tavanomaisuuksiin, sen yleiseen ilottomuuteen ja ankeuteen myös muiden ihmisten kielteisyyteen. Viime mainituksessa on kyse päivityksen tekijää kohdanneiden ikävien asioiden kertomisesta, tämän valittavasta asenteesta tai asioiden nurkuvasta esittämistavasta.

Lisäksi muiden esityksiltä edellytetään ponnekkaasti tiettyä julkista häveliäisyyttä ja säädyllisyyttä. Facebook-päivitysten yleisönä ei haluta seurata toisten henkilökohtaisia tai intiimejä paljastuksia – tämä seikkahan nousi vahvasti esiin myös sivuston huonojen puoltien yhteydessä. Arkisuuden ja muun ikävyyden tapaan ne pilaavat tehokkaasti sivustolla tavoitellun viihtymiskokemuksen – niistä 'ei ole mukava lukea'.

Hyvän statuspäivityksen luonnehdintojen kautta Facebookista piirtyy kuva vahvasti normitettuna puolijulkisena areenana, joka samalla toimii – tai jonka tulisi toimia – pakopaikkana ns. normaalista arjesta. Kiinnostavaa on panna merkille, millaiseksi arki itsessään päivityksen hyvyttä määriteltäessä hahmottuu. Sille on ominaista ihmisen olemassaoloon ja sen ylläpitämiseen liittyvien perustoimintojen toistuminen, itsestäänselvät rutiinit, sisällyksettömät ja yhdentekevät päivittäiset askareet. Asteikko ulottuu suolen toiminnasta ja intiimihygieniasta, väsymykseen, nukkumiseen, syömiseen, kotona olemiseen ja perheessä elämiseen (näihin liittyvine puuhineen), koulussa ja töissä käymiseen sekä erilaisiin harrastuksiin. Tämä yhdellä kertaa intiimin yksityinen ja kaikkien ihmisten jakama materiaalis-ruumillinen olemisen taso hahmottuu – etenkin negaatiostrategioita käytettäessä – vastenmieliseksi inhimillisen maailmassa olon ulottuvuudeksi, jonka ilmauksia ei haluta seurata ja jakaa muiden kanssa Facebookin areenalla.

Toisaalta jokapäiväisen elämän esilläoloa Facebookissa samaan aikaan nimenomaisesti toivotaan – tätä ilmentää jo kavereiden kuulumisten tärkeys hyvän Facebook-päivityksen määreenä. Hyväksyttävää ja tervetullutta arki on silloin, kun siitä nostetaan muiden näkyville hauskoja ja kiinnostavia, yllättäviä ja informatiivisia tai oivalluttavia ja tunteita herättäviä puolia. Lisäksi arki voidaan muuntaa esitystavallisin keinoin hyväksyttäväksi ja yleisöä viihdyttäväksi esityksiksi. Monissa statuspäivityksen hyvyyden kriteereissä onkin kyse juuri tästä; ne tarjoutuvat kuin linssiksi, jotka kääntävät päivittäisen elämän tavanomaisuudesta esiin erisävyisesti poikkeuksellisia ja mukavia puolia.

Facebook-päivityksiin omaksuttua yleisönäkökulmaa voidaan valottaa myös tarkastelemalla lähemmin, miten vastaanottajien päivitysten hyvyydelle asettamat vaatimukset kohdentuvat – muun muassa käytetystä ’hyvän’ kriteeristä riippuen – vaihtelevasti ja erilaisin yhdistelmin statuspäivitykseen tekstinä (sen sisältöön ja/tai muotoon), päivityksen kirjoittajan otteeseen tekijänä, päivityksen kirjoittajaan esiintyjänä ja/tai päivitykseen sosiaalisena tekona.

Ruodin edellä päivitystekstien virittämän yleisökokemuksen puolia sisällön ja muodon kannalta. Suhtautuminen päivitysten kirjoittajan otteeseen tekijänä puolestaan nousee vähintäänkin epäsuorasti näkyviin muun muassa hauskuuden, kiinnostavuuden, nokkeluuden, monitulkintaisuuden ja oikeakielisyyden kriteereiden yhteydessä. Selvemmin tekijäys on yleisöhuomion kohteena silloin, kun päivitykseltä vaaditaan, että se ilmentää kirjoittajansa persoonaa, on tämän oloinen, aito tai omakohtainen, sisältää pohdiskelua, on taiteellinen tai räväkkä.

Statuspäivityksen kirjoittajan rooliin esiintyjänä yleisöhuomio taas kohdistuu esimerkiksi silloin, kun päivityksen hyvyyden kriteereiksi nimetään asiallisuus, ei liika henkilökohtaisuus ja itsetehostuksen välttäminen. Tässä yhteydessä voi ensiksikin huomata, että – toisin kuin saattaisi olettaa – performatiiviseen minän esittämiseen otetaan sangen harvoin kantaa hyvää statuspäivitystä luonnehdittaessa. Toiseksi voi panna merkille, että po. kriteereiden yhteydessä kommentoidaan samalla usein muiden Facebook-käyttäjien toimintaa ja sen sopivuutta sivustolla.

Huomio kohdentuu paikoitellen päivityksen tekijään myös ei-arkisuuden kriteeriä käytettäessä. Jotkut sen tässä yhteydessä mainitsevista suhtautuvat toisten päivityksiin tekstin sijasta pikemminkin sen kirjoittajan

tietynlaisena käyttäytymisenä. Esimerkiksi liian henkilökohtaisia tai intiimejä paljastuksia ja toisaalta arkisten yksityiskohtien raportoimista statuspäivityksissä ei torjuta vain siksi, että ne tuntuvat lukijasta noloistavilta ja/tai pitkästyttäviltä. Kyse on myös siitä, että tällaiset päivitykset ovat muihin Facebookin tilassa olijoihin kohdistuvia tekoja, jotka koetaan asiattomiksi, koska ne rikkovat yksityisen ja julkisen erottamiselle perustuvia viestinnän pelisääntöjä ja/tai yhteiselämän vakiintuneita normeja.

Sosiaalisen teon mielessä kiinnostava hyvän päivityksen kriteeri on selkeys, jota tarkastelin edellä kielenkäytön yhteydessä. Selkeyden puute ja etenkin sen tarkoitukselliseksi mielletty välttely saatetaan kokea pakottamiseksi, jolla sanotun tulkitseminen tehdään vastaanottajalle liian vaikeaksi, haetaan itselle huomiota tai yritetään tuottaa päivityksen lukijoissa tietynlaisia, julkisesti ilmaistavia reaktioita, kuten lisäkysymysten esittäminen tai myötätunnon ilmaukset.

Muita pakottavana toimintana voi pitää myös henkilökohtaisten tai intiimien asioiden paljastelua silloin, kun se asemoi päivityksen lukijan vastoin tämän tahtoa tirkisteleväksi yleisöksi.

Omia statuspäivityksiä koskevia luonnehdintoja on vastausjoukossa niin vähän, että niiden pohjalta on uskaliaasta esittää yleistäviä tulkintoja. Kiinnostavaa kuitenkin on, että yleisön huomioon ottaminen ei nouse tekijäpositiosta kovin vahvasti näkyviin. Esimerkiksi viitattaessa omien kuumien kertomiseen tuodaan sangen harvoin esiin tietoisuus ei-arkisuuden odotuksesta, joka on erittäin vahva arvioitaessa muiden päivityksiä yleisönä.

## **Minän esittäminen Facebookin profiilikuvissa**

### *Minäkuvien ylivaltaa*

Kun otetaan huomioon Facebookin minäkeskinen luonne verkon sosiaalisen median palveluna, ei hämmästyä, että useammalla kuin neljällä viidestä (82,3 %) vastaajasta profiilikuva esittää häntä itseään ja usein niin, että kasvot näkyvät. Kuten yksi vastaaja kiteyttää, *siinä oon mä, lähinnä naama, perustelun voinette arvata*. Profiilikuvista runsaassa sadassa (6 %)

vastaajan kanssa on kuvassa myös joku tai jokin muu elollinen olento tai satunnaisesti useampia muita.

Kuvia, joissa vastaaja ei ole itse mukana, on profiilikuvien joukossa noin sata eli hieman yli viisi prosenttia. Näistä kuvista runsaassa puolessa (2,8 %) näkyy jokin elollinen olento tai muu hahmo. Usein kuvassa olijalla on vastaajaan läheinen yhteys, esimerkiksi sukulaisuus- tai kiintymyssuhde. Kuvista hieman yli neljäkymmentä (2,4 %) esittää jotakin muuta kuin henkilöä tai hahmoa; aiheiden kirjo ulottuu esineistä ja tavaroista luontokohteisiin ja maisemiin. Myös näiden kuvien kohteella saattaa olla vastaajaan vähintään epäsuorasti ilmaistu kytkös.

Runsaassa viidessäkymmenessä vastauksessa (3,1 %) profiilikuvaa luonnehditaan niin lyhyesti ja/tai kryptisesti, että ei ole mahdollista päätellä, mitä kuvassa näkyy. Vastanneista parillakymmenellä (1,3 %) profiilikuvaa ei ole, ja vajaa neljäkymmentä (2,1 %) oli ymmärtänyt profiilikuvaa koskeneen kysymyksen väärin. Tavallisinta oli tällöin tulkita, että kysymys koskee kuvan sijasta käyttäjän Facebookissa itsestään sanallisesti antamia profiilitietoja.

Lukuunottamatta pientä määrää piirroskuvia ja verkosta löytyvillä soveluksilla tehtyjä manipulaatioita, suurin osa profiilikuvista on erilaisia valokuvia: itse otettuja, kavereiden tai ammattikuvaajien ottamia tai verkon kuvapankeista haettuja, käsittelemättömiä tai vahvastikin käsiteltyjä, tarkkaan harkittuja tai satunnaisotoksia.

Ennen kuin tarkastelen lähemmin varsinaisten minäkuvien luonnehdintoja, nostan seuraavassa esiin muutamia huomioita niistä profiilikuvista, joissa kuvassa näkyy vastaajan lisäksi joku tai joitakuita muita sekä kuvista, joissa vastaaja ei ole (ainakaan julkituodusti) itse mukana.

Profiilikuvissa, joissa vastaaja on jonkun muun seurassa, hänen kanssaan kuvassa on useimmiten joko lähisukulainen tai hänelle muuten läheinen ihminen: oma lapsi, avio- tai avopuoliso, kihlattu, sisarus, poika- tai tyttö-kaveri tai hyvä ystävä.<sup>54</sup> Mainitut perheenjäsenet ja kaverit ovat tavallisia myös niissä sangen harvalukuisissa tapauksissa, joissa kuvassa on vastaajan lisäksi enemmän kuin yksi muu henkilö. Luonnehdinnat kuvien tilanteista vaihtelevat siitä, että kontekstia ei kerrota (*minä ja tyttäreni – minä ja poika – kuvassa olen parhaimman ystäväni kanssa*) erilaisiin perhe- ja

---

54 Mutta tuskin koskaan jompikumpi vanhemmista.



vuodenaikatilanteisiin, vapaa-ajan viettämiseen ja tuokioihin ulkomaan matkoilta: *kuva miehestäni ja minusta, kun tulemme kirkosta ulos tuoreena avioaparina – siinä on minä ja paras ystäväni viettämässä kesäistä päivää puistossa – minä ja poikaystäväni Gran Canarialla kun aurinko on laskemassa – minä ja kaverini prahalaisessa baarissa – minä, mieheni ja tyttäreni Thaimaan reissulla.* Tavallisimmin kuvan ottamistilannetta valotetaan ja esitetään se usein myös kuvan valintaperusteeksi silloin, kun kyse on itselle henkilökohtaisesti tärkeästä tapahtumasta (kuten häistää tai muista juhlista) tai kun kuvan ottamisen hetkeen sisältyy muuten iloisia hetkiä ja hulluttelua, onnellisia tunnelmia ja muistoja (esimerkiksi matkoilla ollessa).

Yksi tavallinen seuralainen profiilikuvissa on oma, toisinaan tärkeäksi mainittu lemmikkieläin, hieman useammin kissa kuin koira: *minä ja kissa – olen siinä kissani Ullan kanssa ja se otus on tärkeä – siinä on kissani naama ja minä sen takana – Olen siinä koirani kanssa.* Kerran vastaajan seurana tämän profiilikuvassa on pehmolelu: *nalleni kanssa olen rintakuvassa.*

Profiilikuvista, joissa vastaaja ei ole itse mukana, yleisimpiä ovat kuvat, joissa näkyy jokin olento tai hahmo tai – hyvin harvoin – useampia. Kyseessä voi olla todellinen tai kuvitteellinen ja/tai elollinen tai eloton hahmo. Elollisista aktuaalisen maailman hahmoista oma lapsi tai lapset näkyvät profiilikuvissa joitakin kertoja, mutta useammin kuvassa on vastaajan lemmikkieläin, nyt koira jonkin verran kissaa useammin. Elottomien ja/tai kuvitteellisten hahmojen kirjo vaihtelee Muumista, Tenavien Tellusta ja muista sarjakuvahahmoista avatar- ja mangaversioiden, maatuskan ja eläinfiguureiden kautta mediajulkisuudesta tuttujen hahmojen karikatyyreihin, 'Ljubljanan sillantolpasta otettuun kita ammolleen olevaan lohikäärmeeseen' ja muihin jossakin ulkomaan matkakohteessa kuvattuun hahmoon. Todellisten ja/tai elollisten hahmojen tapauksessa profiilikuvaksi valinnan yleisin perustelu on kuvan kohteen läheisyys tai merkittävyys vastaajalle. Kuvitteellisten ja/tai elottomien hahmojen valinnalle puolestaan esitetään vitsailemisen ohella perusteluksi usein joko vastenmielisyyksi esiintyä Facebookissa omilla kasvoilla tai – tätä useammin – se, että kyseinen hahmo muistuttaa vastaajaa, kuvaa häntä tai ilmentää jotenkin hänen persoonaansa. Toisinaan profiilikuvan hahmon valinnan pontimina on ollut jokin Facebookin 'identiteetin esittämiskampanja', kuten doppelgänger-viikko tai 'millainen on sisäinen eläimesi' -kampanja.

Profilikuvissa, joissa kuvassa on henkilöiden tai hahmojen sijasta jotakin muuta, aiheiden kirjo ulottuu yksittäisistä esineistä tai tavaroista luon- toelementteihin ja maisemiin. Kuvista pieni osa on sellaisia, että niiden kytkös vastaajaan ei ole ilmeinen: *lähikuva muutamasta Go-pelin kivistä – kuva levysoittimesta – musta jalanjälki kalliolla – taivasta sekä kuuma- ilmapallo – kuva pulkasta – poltetun nukan pää – kuva koripallotelinees- tä syvässä lumihangessa*. Usein yhteys vastaajan 'minään' on kuitenkin vähintään epäsuorasti ulkopuolisenkin pääteltävissä, ja tavallisia ovat myös tapaukset, joissa kytkös lausutaan julki tai esitetään se osana ku- van valinnan perusteluja. Yhteyden luonne vaihtelee oman persoonan tai identiteetin ilmentämisestä itselle tärkeiden asioiden tai arvojen esiin tuomiseen ja niiden monesti hupimieliseen promoamiseen. Esimerkiksi: *Kuvassa on t-paita, johon olen muotoillut tekstin. Se on päivänpoliittinen vitsi – vasta perustamani yrityksen logo – Oman, ihka uuden auton kuva (...) auton etumaski on hieno ja auto itseni näköinen – vahinkolaukaus kesäkäsilaukusta persoonallinen ja kertoo lähipiirille paljon – Hiehon pää appivanhempien pihatosta. Liittyy siihen mitä olen ja mitä teen tällä het- kellä ja tulevaisuudessa – Seepiavärinen maisemakuva. Valitsin sen mieli- alaa heijastamaan*.

Facebookin 'naamakirjaluonteesta' ponnistaen olisi mahdollista päätellä, että ainakin osa myös niistä profilikuvista, joita luonnehditaan vain sanal- la parilla tai kuvataan ulkopuolisen kannalta muuten kryptisesti, esittää vastaajaa itseään, liittyy häneen tai ilmentää hänelle tärkeitä arvoja tai asioita. Koodauksessa kuitenkin sijoitettiin 'ei voi päätellä mitä kuvassa näkyy' -luokkaan seuraavan tyyppiset vastaukset, joiden sisältö olisi men- nyt arvailuksi: *kaunis – jännittävä – humoristinen – hauska – aika ärjy – hassuttelukuva – hetken mielihohteesta – fiiliksellä*.

Yksi huomiota kiinnittävä seikka profilikuvien ilmaan jäävissä ku- vauksissa joka tapauksessa on, että niissä korostetaan usein kuvan myön- teisyyttä tai hauskuutta. Se on etualalla myös hieman monisanaisemmis- sa luonnehdinnoissa: *mukava, leikkisä kuva – se oli kiva – hieman huu- moria mukana – hauska kuva viimeisestä reissustani, ei ole oma kuvani*. Pidemmässä luonnehdinnoissa saatetaan lisäksi viitata kuvan ottamisen tilanteeseen, jossa ollaan usein kavereiden seurassa lomalla tai ulkomaan matkalla; toisinaan tuodaan lisäksi esiin, että kuva on hyvä, onnistunut tai hauska: *lomakuva, se on hyvä – hauska pelleilykuva lomamatkalta – hyvä kuva hauskalta reissulta kavereiden kanssa*.

Luonnehdintojen yleisestä positiivisuudesta poikkeaa kaksi vastaajaa, joista toisen mukaan hänen profiilikuvansa on *tylsä*, ja toinen toteaa, että kuva on *tylsä ja huono, en muista miksi se edes valittiin*.

Useimmat niistä vastaajista, joilla ei ole profiilikuvaa, eivät esitä kuvan puuttumiselle mitään perusteluja vaan toteavat lakonisesti, että *ei kuvaa, ei ole kuvaa* tai *en ole halunnut laittaa profiilikuvaa*. Ne, jotka perustelun esittävät, viittaavat pyrkimyksensä säilyttää yksityisyys Facebookin julkiseksi mieltäytvällä alustalla: *en pidä kuvaa, vaan pidän yksityisyydestä – en halua kuvaani kaikkien töllötettäväksi – koko maailman ei tarvitse tietää miltä minä näytän*.

### *Minät kuvassa – aidosta esitettyyn*

Varsinaisten minäkuvien massaa olisi mahdollista ruotia monestakin suunnasta, mutta tässä yhteydessä kohdennan huomioni yhtäältä siihen, millaiseksi itsen näkyminen sivustolla hahmottuu, kun asiaa lähestytään Facebook-käyttäjien omaa profiilikuvaa koskevien luonnehdintojen ja heidän kuvan valinnalle kertomiensa perustelujen pohjalta. Toisaalta tarkastelen, millaisia suhtautumistapoja itsen esityksellisyteen minäkuvien luonnehdinnoissa ja kuvan valinnan perusteluissa nousee esiin.<sup>55</sup>

Minään keskittyvien profiilikuvien luonnehdintoja voidaan ryhmitellä muun muassa sen perusteella, kuinka hallitsevaan osaan ne nostavat vastaajan omat kasvot, ja millä tavoin kasvojen kerrotaan kuvassa näkyvän. Sekä kuvien luonnehdinnoissa että niiden valinnan perusteluissa voi havaita eroja myös siinä, missä määrin vastaajat korostavat luonnollisuuttaan tai omana itsenään olemista kuvassa vai pyrkivätkö he pikemminkin antamaan profiilikuvassa ja -kuvalla itsestään tietyn vaikutelman ja rakentamaan ehkä pitkällekin mietityn minän esityksen. Kiinnostava kysymys lisäksi on, millä tavalla oletukset profiilikuvan yleisö(i)stä ovat mukana kuvia luonnehdittaessa ja niiden valintaa perusteltaessa.

Minäkuvien luonnehdinnoissa erottuu kolme alaryhmää: ensiksikin sellainen, jossa profiilikuvan keskiössä on vastaaja itse, mutta kuvauksessa ei

---

55 Yksi tarkastelussa syrjään jätettävä puoli on se, kuka profiilikuvan on ottanut ja millaisissa olosuhteissa. Vastauksista voi päätellä, että monille Facebook-käyttäjille on paljonkin merkitystä esimerkiksi sillä, onko kuva otettu itse web-kameralla tai kännykällä vai onko se jonkun muun, kuten valokuvausta harrastavan kaverin tai ammattikuvaajan ottama.

viitata julkilausutusti omiin kasvoihin vaan puhutaan 'minästä' tai 'minusta itsestäni'.<sup>56</sup> Toisessa minäkuvaluonnehdintojen ryhmässä pääroolissa ovat omat kasvot, joiden näkymisen tavassa ja toisaalta kuvan rajauksessa esiintyy vaihtelua. Kasvot voivat olla esillä kokonaan tai osittain ja ne voivat näkyä edestä tai sivusta, ja katse voi myös edestä otetuissa kasvokuvissa suuntautua sivuun; kuvarajaukset puolestaan ulottuvat lähikuvasta rinta- ja puolikuvaan.<sup>57</sup> Kolmas luonnehdintojen ryhmä on sellainen, jossa profiilikuvan minä kiinnitetään johonkin ajallis-tilalliseen, tilanteeseen ja/tai toiminnalliseen yhteyteen.

Minäkuvien luonnehdinnat ja valinnan perustelut asettuvat eri tavoin akselille, joka jännittyy minän autenttisuuden ja sen esityksellisyyden esiin tuomisen väliin. Kahden ensimmäisen puhettavan muunnoksissa painotus liikkuu 'aidon minän' näkymisestä profiilikuvassa tapoihin, joilla minä profiilikuvassa näytetään läheisemmissä tai etäisemmissä rajauksissa ja joissa se esitetään tietynlaisena vaihtelevissa rekvisiitoissa ja lavasteissa. Kolmannessa puhettavassa aikaan, tilaan, tilanteeseen ja/tai toimintaan kiinnittyvä konteksti on tärkeä luonnehdittaessa minän esillä oloa profiilikuvassa.

## Ihan minä

Autenttinen–esitetty-jänteen yksi pää paikantuu kuvan ja kuvassa olijan identtisyyteen, kohteen ja esityksen samuuteen. Autenttisuuden ääripäähän painottuvissa luonnehdinnoissa profiilikuva ei hahmotu ensisijaisesti esitykseksi, vaan kuva on pikemminkin kuin välittävä kalvo, joka tuo näkyville, lähes läsnä olevaksi, kohteensa aidon olemuksen, persoonan tai luonteen: *olen itse – ihan minä – yksi yhteen – siinä olen minä – kuva jossa olen minä – juuri sellainen kuin olen oikeastikin – olen ihan oma itseni – se on sellainen kuin olen – olemukseni tällä hetkellä – se on se mitä olen.*

---

56 Yksi tämän alaryhmän muunnos avovastausaineistossa ovat pienehkö joukko lapsuuskuvia, joita ei tässä käsitellä lähemmin.

57 Jonkinlaisen kääntöpuolen tälle alaryhmälle muodostavat ne runsaat parikymmentä luonnehdintaa, joissa tuodaan esiin, että kasvoja nimenomaisesti ei haluta profiilikuvassa näyttää – kuva on tällöin joko otettu selkäpuolelta tai kasvot peitetään kuvassa kokonaan. Näissä tapauksissa kuvan valinnalle annettu perustelu on joko pyrkimys olla paljastamatta itsestään liikaa, tunteistamisen välttäminen tai tietoturvasyyt.

Se, että kyse on autenttisuutta korostavasta puhetavasta, jonka käyttäjät saattavat olla hyvinkin tietoisia profiilikuvan rakennetusta ja vaikutelmia tuottavasta luonteesta, käy toisinaan ilmi kielellisistä yksityiskohdista, kuten sitaattien käytöstä, tai kuvan valinnan perusteluista: *'Minä, ei rooleja, ei syytä olla jotain muuta – kuvan valintakriteereinä oli, että sen pitää olla minä itse ja sellainen, jonka kehtaa julkistaakin – kuvassa olen minä ja kuvani ovat mielestäni mahdollisimman hyviä.*

Hiukkasen enemmän etäisyyttä minän ja kuvan väliin mahtuu niissä luonnehdinnoissa, joissa nostetaan etualalle, että profiilikuvassa on kyseessä 'oma kuva', 'kuva minusta' tai 'kuva itsestäni'. Etäisyys lisääntyy hiuksenhienosti, kun profiilikuvaa luonnehditaan sanomalla, että se 'näyttää minulta', 'on itseni näköinen', 'on omannäköinen' tai 'kuvaa minua'.

Tavallinen profiilikuvan valinnan perustelu minän läsnäoloa kuvassa ja kuvan uskollisuutta kohteelleen korostettaessa on, että kuvassa olijan voi kuvasta helposti tunnistaa; tähän liittyy toisinaan maininta kuvan tuoreudesta. Toisaalta perusteluksi saatetaan kertoa – kielen tasolla minän esityksellisuuden suuntaan hiukan vihjaten – että *kuva* on tietynlainen: hyväntuulinen, iloinen, hymyilevä tai rento.

Kohti minän esityksellisuuden julkilausumista ja samalla kuvan rakennetun luonteen noteeraamista aletaan liukua niissä profiilikuvan luonnehdinnoissa, joissa korostetaan, että kuva on 'tavallinen peruskuva' tai 'normikuva', tai että se on 'asiallinen' tai 'neutraali'. Viime mainitun tapauksessa saatetaan täsmentää, että kuvassa on neutraalia (erotukseksi esimerkiksi 'provosoivasta' tai 'kyseenalaisesta') nimenomaisesti kuvassa olijan ilme. Myös nyt valinnan perusteluissa on etualalla paitsi kuvan positiivisuus myös oma tunnistettavuus kuvassa; kuva sinänsä voi olla hieman epätarkka, hämärä, sumea tai jossain määrin muokattukin, mutta vähintään tuttujen – ja usein juuri näiden – tulee voida tunnistaa, kuka kuvassa on. Huomattakoon, että vastaajan tunnistettavuutta ei pelkästään käytetä perusteluna profiilikuvan valinnalle, se on myös ominaisuus, jolla omaa profiilikuvaa toisinaan suoraan luonnehditaan: *kuva, josta minut tunnistaa hyvin – kuva, josta ihmiset tunnistaa minut.*

Minän esityksellinen luonne painottuu jo enemmän, kun omaa profiilikuvaa tai itseä kuvassa luonnehditaan mielessä tai toisessa positiiviseksi – 'hymyileväksi', 'iloiseksi', 'onnelliseksi', 'pirteäksi' tai samalla kertaa useammiksi näistä. Toisinaan myönteisyyttä korostettaessa mainitaan valintaperusteeksi oma tunnistettavuus, mutta tavallisempaa on, että

kuvan koetaan tai halutaan antavan itsestä tietynlainen vaikutelma: *iloinen – kuvaa minua – hymyilen siinä minulle tutulla sarkastisella hymyllä. Se edustaa sitä mitä olen tälläkin hetkellä ulkonäöltäni – kuva on kesäinen ja pirteä, joka kuvastaa itseäni – Kuva jossa nauran. Tuli sen verran hyvä ja tarpeeksi aito + nätti, että pistin profilikuvaks – olen iloisen ja luonnollisen näköinen. siihen pyrin – olen kuvassa iloinen ja onnellinen ja laitoin sen, koska haluan ihmisten näkevän, että olen iloinen ja onnellinen.*

Vielä selvemmin minän tietoisien esittämisen suuntaan siirrytään luonnehdittaessa profilikuvaa 'hyväksi kuvaksi minusta' tai 'onnistuneeksi kuvaksi minusta' tai kun kuvan valintaa perustellaan sen hyvydellä tai onnistuneisuudella. Vaikka nytkin saatetaan viitata omaan tunnistettavuuteen, luonnollisuuteen tai itseltä näyttämiseen, esiin nousee sangen vahvasti pyrkimys nimenomaisesti esittäytyä kuvassa edukseen ja samalla erilaisena kuin miltä näyttää arkisesti: *se on mielestäni hyvä kuva minusta – kuva on hyvä, näytän siinä itseltäni (hyvin tunnistettavissa) ja koska olen myös onnistunut kuvassa – Hyvä profilikuva, silti hieman erinäköinen kuin miltä näytän kadulla – kuva on onnistunut enkä näytä siinä aivan tylsältä arkipäiväiseltä itseltäni, ja värit ovat kauniit – mustavalkoinen, vähän epätarkkakin mutta kaunis, valitsin ku oli hyvä kuva musta – omasta mielestäni paras koskaan minusta otettu kuva, kaikkia muita olen tähän mennessä hävennyt.*

Julkilausutusti pyrkimys tuottaa itsestä tietynlainen vaikutelma nousee esiin, kun profilikuvaa luonnehditaan ja/tai sen valintaa perustellaan kuvaillemalla positiiviseen sävyyn omaa ulkonäköä kuvassa: *Olen mielestäni hyvännäköinen siinä – oon siinä söpö – Näytän siinä hyvältä, mutta en liian vakavalta – kuva, jossa olen mielestäni hyvän näköinen, sopiva ilme, sopiva ympäristö – olen kuvassa mielestäni tyylikäs ja kaunis – kuvassa ei näy kasvoja, mutta näytän siinä hyvältä silti – näytän siinä suht edustavalta – suht edustava kuva itsestä – Edustava ja siisti kuva, jonka valokuvausta harrastava tuttuni on ottanut. Valitsin sen koska näytän siinä mielestäni kauniilta.*

Usein profilikuvassa hyvältä näyttäminen, tyylikkyys, kauneus ja edustavuus liitetään julkilausutusti oman persoonan osiksi. Toisinaan käy ilmi, että tietynlaisen ulkonäön ja minän tavoiteltua kytkentää on tehostettu kuvaan valmistautumalla ja/tai kuvaa itseään tavalla tai toisella käsittelemällä: *kuva on mielestäni edustava, siisti, kertoo minusta ihmi-*

*senä: se on huoliteltu yleissommitelmaltaan sekä olen siihen laittautunut – muokattu ja tyylielty kuva, joka on edustava ja kertoo minusta.*

Silloinkin kun profiilikuvassa näytetään omasta mielestä hyvältä tai edustavalta, autenttisuuden vaatimus ja luonnollisuuden normi istuvat samaan aikaan lujassa: *Kaverin ottama kuva. Näytän siinä ihan hyvältä, mutta luonnolliselta, en yritä poseerata – näytän siinä itseltäni mutta myös hyvältä – olen siinä itseni näköinen ja edustava/parhaimmillani – se näyttää kuvana tyylikkäältä, mutta ei siltä, että yrittäisin näyttää siinä erityisen hyvältä ja poseeraisin kameralle.*

Tai kuten yksi vastaaja pitkällisemmin muusailee:

*Istun kuvassa parvekkeella tukka laitettuna ja hienoin takki päällä. Olen rajannut kuvaa sopivammaksi kuvankäsittely-ohjelmalla, mutta en muokkaa kuviani siten, että poistaisin niistä kauneusvirheitä tms. Se tuntuisi huijaukselta. Olen valinnut kuvan sen perusteella, että näytän mielestäni ihan kauniilta siinä.*

Toisinaan omaa profiilikuvaa luonnehdittaessa otetaan suoraan tai epäsuorasti ylenkatsova tai torjuva kanta poseeraamiseen, mutta joukossa on jonkun verran myös vastaajia, jotka tuovat anteeksipyytelemättä esiin nimenomaisesti poseeraavansa profiilikuvassaan: *Poseeraan iloisesti ainejärjestön vuosijuhlissa missi-tyyliin – Poseeraan kesämekossa pusu-huulilla oveni edessä. Olen siinä nätti ja kuvasta erottaa selkeästi, kuka siinä on – Yläviistosta, ettei kaksoisleukaa tms. näy. Perinteinen teini-poseeraus – Kuva on perus turistiposeeraus. Valitsin kuvan, koska se on hauska ja näytän siinä hyvältä.* Tai kuten yksi vastaaja luonnehtii omaa poseeraamistaan lausuen samalla julki profiilikuvan valintaan sisältyvän yleisöorientaation:

*Poseeraan kuvassa rillit päässä tietokoneella. Näytän siinä söpöltä ja fiksulta, mutten itseltäni. Se ei anna siis oikeaa kuvaa minusta, mutta ehkä sellaisen kuvan minkä haluaisin että minusta saisi.*

Tietoisuus yleisöstä ja tarve ottaa se omassa profiilikuvassa huomioon pilkahtaa jokudessa luonnehdinnassa näkyviin myös yksilöidymmin:

*Kuva on tietyllä tavalla edustava, mutta rento. Halusin kuvan olevan iloinen, mutta ei hölmö tai typerä. Kuva, jonka lisäksi profiilikuvaksi ei saa mielestäni sisältää esim. alkoholia, koska*

*kaverilistallani on ihmisiä, joille en halua näyttää kyseistä elämänaluetta (kuten opettajat tai sukulaiset).*

*Edustava ja siisti kuva, jonka valokuvausta harrastava tuttuni on ottanut. Valitsin sen koska näytän siinä mielestäni kauniilta ja kuva on samalla asiallinen, ja sen kehtaa näyttää sukulaisillekin.*

Toisaalta joukosta löytyy pieni määrä luonnehdintoja, joissa vastaajalle tuntuu olevan sängen yhden tekevää, minkä vaikutelman hän profiilikuvallaan muille antaa. Näissä tapauksissa kuvaa ei juurikaan kuvailla, ja se on vain 'osunut käsiin', 'sattunut olemaan saatavilla', 'valittu satunnaisesti', 'näpätty pikaisesti webbikameralla' tai on 'kaverin napsaisema'. Lisäksi kuva on saattanut olla profiilikuvana pitkään, eikä sitä jakseta tai nähdä aiheelliseksi vaihdella.

Oma lukunsa ovat vielä luonnehdyttävät, joissa korostetaan itsen tietyn näytämisen rinnalla ja toisinaan jopa sitä enemmän profiilikuvan ominaisuuksia kuvana – sen erilaisuutta tai erityisyyttä, hienoutta, taidokkuutta tai taiteellisuutta. Usein kuvaaja – joko vastaaja itse tai tämän kaveri – on käyttänyt kuvan ottamiseen ja/tai käsittelyyn paljon aikaa ja vaivaa. Kuvan joskus pitkällekin viety muokkaaminen voi olla myös keino rakentaa minästä tietynlainen esitys: *Itse tehty, erikoinen kuva, jossa en ole normaali. FB:hen on hyvä saada jotain erikoisuutta – Se on ystäväni ottava kuva kun otamme kuvia tarkoituksella. se on mielestäni vähän hassu mutta kuva jollain ihmeellisellä tavalla itseäni. valitsin sen koska se oli tuore ja hieno ja erilainen edellisiin verrattuna – Kuva on mustavalkoinen tyyliä kuva, josta kyllä tunnistaa minut, mutta joka ei ole täysin 'valokuvamainen'. Erilainen ja hieno kuva, siksi valitsin sen – Kuva itsestä, jota käsitelty, väritetty, käännetty, rajattu. Muotoilin sen itseironiseksi ja harrastuksestani kertovaksi.*

## Minä kasvokuvassa

Edellä tarkastelluissa minäkuvien luonnehdyntöissä ei täsmennetä, että profiilikuva olisi nimenomaisesti kuva vastaajan kasvoista, vaan puhe on 'minän' tai 'itsen' eriaistisesti esityksellisestä esillä olostä kuvassa.<sup>58</sup> Lukumääräisesti merkittävämpi – itse asiassa niukasti koko minäkuvien joukon suurin – luonnehdyntöjen ryhmä on kuitenkin sellainen, jossa pro-

---

58 Luultavasti iso osa po. kuvista silti on kasvokuvia.



fiilikuvan pääasialliseksi elementiksi nimetään vastaajan kasvot. Lisäksi on pääteltävissä, että suuri osa kasvokuvista näyttää kasvot paitsi suoraan edestä myös sangen läheltä. Luonnehdintoja laajemman rajauksen rinta- tai puolikuvista on joukossa muutamia kymmeniä.

Huomattavan osajoukon läheltä otettujen suorien lähikasvokuvien luonnehdinnoista muodostavat lakoniset toteamukset, joissa vastaaja tuo lyhytsanaisesti esiin, että profiilikuvassa näkyvät hänen kasvonsa: *kasvo-kuva – kuva kasvoista – lähikuva kasvoistani – lähikasvokuva – kasvokuva edestä – kuvassa näkyy kasvoni – kasvokuva ihan minusta itsestäni – kasvokuva omasta itsestä – kasvokuva minusta – oma naama – vain naamani – oma naamakuva – siinä on mun naama – naamakuva – kuvassa on naamani – oman naaman kuva – lärvikuva – pörstäkuva.*

Silloin kun kuvaa hieman kuvaillaan tai esitetään sen valinnalle perustelu, on tavallisinta mainita, että vastaaja on kuvasta tunnistettavissa. Samassa yhteydessä ja toisinaan erikseenkin saatetaan viitata siihen, että kyseessä on 'peruskuva', 'normaali', 'selkeä', 'tavallinen', 'neutraali' tai 'tuore' kuva. Muutamia mainintoja saa se, että kuva on asiallisen 'passikuvamainen'. Kiintoisaa sinänsä, toiseksi useimmin heti tunnistettavuuden jälkeen omaa kasvokuvaa luonnehditaan viittaamalla siihen, että kuva on mustavalkoinen. Merkillepantavaa kasvokuvia lakonisesti luonnehdittaessa on lisäksi, että vastaajan ulkonäköön kuvassa viitataan vain satunnaisesti. Myös kuvan konteksti mainitaan harvoin – toteamalla esimerkiksi, että kuva on joko otettu itse tai studiossa tai että vastaaja on rajannut sen laajemmasta hää-, kesä- tai matkakuvasta.

Pienehkössä osassa lähikasvokuvia vastaajan kasvot eivät näy edestä vaan sivulta. Lisäksi joukossa on kourallinen kuvia, joissa kasvoista on esillä vain osa. Myös sivuprofiilikuvia on tavallista luonnehtia niukasti, sanalla tai muutamalla: *sivuprofiilikuva mun naamasta – kasvokuva sivuprofiilista – sivuprofiili aika läheltä – kasvot näkyvät sivusta – kasvokuva sivuprofiilista – sivuprofiili kasvoistani – kasvoni sivusta päin – kasvokuva sivusta otettuna.*

Hieman etäämpää otettujen sivuprofiilikuvien yhteydessä viitataan joskus lyhyesti kuvan kontekstiin, joka voi olla esimerkiksi taustalla oleva maisema. Lisäksi kasvot sivusta näyttävien kuvienkin tapauksessa mainitaan usein valintaperusteeksi kuvan selkeys ja oma tunnistettavuus, joskin muutama vastaaja nostaa esiin, että ei halua kasvojensa näkyvän kaikille tunnistettavasti. Sitä vastoin kuvissa, joissa näkyy vain osa kasvoista,

rajaus on tehty usein tarkoituksella tiukaksi tai kasvojen edessä pidetään jotakin (kättä, hiuksia, juomalasia, kameraa). Osakasvokuvan valintaa ei juuri perustella, mutta jokunen vastaaja mainitsee valinnan syyksi halunsa rajoittaa tunnistettavuuttaan. Satunnaisesti viitataan omaan hyvältä näyttämiseen tai kuvan 'taiteelliseen vaikutelmaan'.

Suorien kasvokuvien lakoniset luonnehdinnat painottuvat autenttinen-esitetty-jatkumolla janan autenttisuuspäähän. Näin siksi, että kuvan ensisijaiseksi tehtäväksi hahmottuu identifioida kuvassa olija – siis näyttää, kuka henkilö kuvassa on. Kasvokuvia kuitenkin kuvaillaan ja/tai niiden valintaa perustellaan myös – ja määrällisesti enemmän – tavoilla, joita jäsentää vaihteleva tietoisuus minän esityksellisestä luonteesta profiilikuvassa. Kasvokuvien luonnehdinnoissa erottuu lisäksi erilaisia minän tietoisuuden näyttämisen tapoja, joissa esityksellisyyteen saattaa sisältyä minän rakentaminen kuvaa varten kasvoja ehostamalla tai hiuksia laittamalla, käyttämällä jotakin rekvisiittaa ja/tai lavastamalla kuvan ottamistilanne. Toisaalta yksi tapa tuottaa kasvokuvasta tietoinen minän esitys on manipuloida kuvaa teknisesti. Tavoitellun vaikutelman tuottamisessa ja minäesityksen rakentamisessa voivat olla samalla kertaa käytössä sekä omien kasvojen ja/tai kuvaustilanteen dramatisointi että kuvatekniset keinot.

Tarkastelen seuraavassa kasvoihin keskittyvien profiilikuvien luonnehdintoja etenemällä autenttinen-esitetty-janalla autenttisuuden suunnasta kohti minän esityksellisyyden noteeraamista, johon sisältyy samalla usein eriasteisesti tarkoituksellinen minäesityksen rakentaminen.

Yksi minän tietynlaisena näyttämisen muoto myös läheltä otetuissa kasvokuvissa on edellisessä alaluvussa tarkasteltujen yleisten minäkuvien yhteydessä jo esiin noussut positiivisuus: tässä tapauksessa omien kasvojen hymyilevyys, iloisuus, ystävällisyys tai pirteys. Tavallisimmin myönteisiä määreitä käytetään kuvailtaessa suoria kasvokuvia, mutta joukossa on pari sivuprofiiliakin koskevaa luonnehdintaa. Autenttisuus on sängen vahvasti läsnä osassa näitä luonnehdintoja, ja implikaatio on tällöin se, että kuvat ilmentävät vastaajan persoonaa tai luonteenlaatua; kasvojen myönteisyys kumpuaa toisinaan myös jostakin hetkestä tai tilanteesta: *hymyilevä kasvokuva – iloinen kasvokuva – kiva kasvokuva hymyllä – hymyilevä sivuprofiilikuva – näyn omilla kasvoillani. Kuvassa näytän iloiselta – naurava kasvokuva kesältä – naurava naama – Kuva kasvoista, otettu vappuna. Siinä ollaan iloisia, siksi valitsin sen – Lähikuva, jossa*

*hymyilen ystävällisesti. Se on mielestäni lämminhenkinen ja onnellinen kuva minusta – iloinen kasvokuva viimeetalviselta Saariselän matkalta. Huomattakoon, että kasvoja myös rinta- ja puolikuvissa on melko tavallista luonnehtia positiivisiksi; tavallisimmin kasvoilla on tällöin 'hymy' tai 'hyväntuulinen ilme'.*

Sangen usein positiivisuutta korostavan luonnehinnan yhteydessä tuodaan esiin, että vastaaja näyttää profilikuvassa tavalliselta itseltään tai että hänet tunnistaa kuvasta omana itsenään: *Kuva on kasvokuva, ihan tavallinen mukavan hymyilevä – Naama näkyy, valitsin kuvani sen tähden, että omasta mielestäni näytän siinä iloiselta ja omalta itseltäni – Kuva kasvoista, jossa hymyilen. Ei mitenkään erikoinen tai tunteita herättävä. Tunnistettava – Tavallinen, hymyilevä naamakuva. Näytän siinä itseltäni (en tällätyltä tai yli laitetulta), siitä minut tunnistaa.*

Osasta kuvan valinnan perusteluja käy ilmi, että pikemminkin kuin vastaajan luonteenlaadun spontaanista välittymisestä kuvassa, kasvojen näyttämisessä positiivisilta on kyse tavoitellusta vaikutelmasta: *hymyilen kuvassa, että profiili olisi lähestyttävämpi – talvinen naamakuva, olen iloinen. Haluan näyttää FB-kavereitten silmissä positiiviselta ulkoilmaihmiseltä – Rento, kotona otettu kasvokuva, jossa hymyilen. Halusin itsestäni positiivisen kuvan – kasvokuva, siisti, iloinen ilme, rento. En halunnut tehdä itsestäni pelleä liian erikoisella kuvalla, mutta en myöskään halua antaa liian jäykkää kuvaa 'passikuvalla'.*

Yksi vastaaja kuvailee laveammin pyrkimystään tuottaa profilikuvala itsestään erilaisia vaikutelmia, joista positiivisuus on yksi. Oletus kuvan saamasta yleisöhuomiosta nousee luonnehinnassa vahvasti esiin:

*tällä hetkellä siinä on naurava ja iloinen kasvokuva. valitsen profilikuvaksi aina miettien mitä sillä viestin. valitsen tietysti kauniin kuvan, mutta mieluiten iloisen ja luonnollisen, en halua mitään noloja liian heruttavia flirttikuvia vaan sellaisen missä näytän iloiselta ja sosiaaliselta. jos valitsen kuvan, jossa en katso kameraan, sekin on tietoinen valinta ja viesti. hiukan torjuvampi ja etäisempi. en sitten tiedä miten ihmiset tulkitsevat näitä hienoja viestejäni.*

Toive, että minästä välittyisi muille tietynlainen vaikutelma, on sangen selvästi mukana niissä kasvokuvien luonnehdinnoissa ja kuvan valinnan perusteluissa, joissa tuodaan esiin, että vastaaja näyttää kuvassa 'hyvältä', 'kivalta', 'söpöltä' tai 'edustavalta'. Melkoinen osa näistä luonnehdinnoista

on muotoiltu kielellisesti ty pistäen niin, että hyvyys tuntuu äkkipäättä olevan kuvan itsensä ominaisuus: *kuva on hyvä – edustava ja hyvä kuva – kuva on onnistunut ja hyvännäköinen*, mutta asiayhteydestä ilmenee, että määrittely koskee vastaajan omaa hyvältä näyttämistä kuvassa tai sitä, millaisen vaikutelman hän mielestään onnistuu kuvassa antamaan. Huomiota kiinnittää, että kuvaa kiitellään hyväksi tai onnistuneeksi paitsi kun siinä näytetään hyvältä myös silloin, kun kuvassa hymyillään tai näytetään iloiselta.

Luonnehdinnoista valtaosa on lyhyitä toteamuksia (*hyvännäköinen kasvokuva – nätti kuva naamasta*) pidempiä, ja usein niihin liittyy myös perustelu kuvan valinnalle. Kuten todettua vastaajan hyvältä tai edustavalta ja vaihtoehtoisesti positiiviselta näyttäminen kuvassa saa valintaperusteena monesti seurakseen kuvan onnistuneisuuden: *Mustavalkoinen, rajattu kasvoin, otettu itselaukaisimella, hillitty hymy. Valitsin sen, sillä näytän siinä mielestäni nätiltä – Kasvokuva, jossa hymyilen. Näytän siinä mielestäni edustavalta – Webcamilla otettu naamakuva, jossa silmät ovat siniset, tukka hyvin ja ilme hyvä = näytän edustavalle – Mustavalkoinen, suht. edustava naamakuva. valinnut siksi koska se on edustava ;) – Profilikuvani on mielestäni hyvä, se korostaa oikeita puolia kasvoistani ja olen siinä edustavan näköinen – Suht onnistunut talvinen naamakuva. Suht onnistumisen takia – siinä näkyy kasvot. Kuva on edustava ja näytän melko hyvältä, hymyilen ja olen päivettynyt – Hyvä, omannäköinen kasvokuva. Tietysti vielä mahdollisimman edustava – Profilikuvani on hymyilevä mustavalkoinen kasvokuva itsestäni. Kuva on kiva – Naamakuva. Valitsin sen koska kuva oli kiva ja näytän siinä hyvältä – kasvokuva, katson rennosti kameraan hattu päässä ja näytän hyvältä – Kasvokuva. Valitsin kuvan, koska näytän siinä yksinkertaisesti hyvälle.*

Yksi vastaaja, joka kuvailee hieman monisanaisemmin pyrkimystään antaa profiilikuvassaan myönteinen ja edustava vaikutelma, tuo Google-viittauksella epäsuorasti esiin, että pontimena on kuvan verkkoympäristössä saama mahdollisesti laajakin yleisö:

*Hymyilen kuvassa, se on enemmänkin poseeraus- kuin tapahtumakuva. Halusin kuvan, jossa kasvoni näkyisivät kokonaan ja jossa näytän ihan normaalilta, vaivattomalta ja iloiselta tyypiltä. (Facebook-tilini on ensimmäinen Googlen hakutulos jos haakee nimelläni, joten haluan olla edustava).*

Hyvältä ja positiiviselta näyttäminen ovat vaikutelmia, joiden tavoittelu nousee näkyviin myös laajemman rajauksen kasvokuvia luonnehdittaessa ja kuvan valintaa perusteltaessa. Erona kasvot lähirajauksessa näyttäviin profiilikuviin on, että rinta- ja puolikuvien luonnehdinnoissa kuvaillaan toisinaan hieman enemmän myös kuvan tilannetta tai vaikkapa taustalla olevaa maisemaa. Näin esimerkiksi seuraavissa poiminnoissa, joista jälkimmäisessä käy lisäksi ilmi, että minän kuvallistaminen saattaa olla hyvin suunnitelmallista toimintaa, jota jäsentää pyrkimys näyttäytyä tietynlaise-  
na kuvaa katsovalle, osin tuntemattomalle yleisölle:

*Hyväntuulinen huvipuistossa otettu kuva, jossa näkyy kasvot sekä ylävartalo. Kuva on sellainen, jollaisena haluan näyttäytyä myös tuntemattomille ja esim. mahdolliselle työnantajalle tms.*

*Itse ottamani rintakuva takaa avautuvalla laajalla maisemalla. Olen valinnut tummat vaatteet ja keskittyneen, selvästi kameran ohi suunnatun katseen. Kuva ei ole ollut profiilikuvani kahta viikkoa kauempaa. Kuvan valintaan johti ottohetkeen liittynyt matka näköalapaikalle, kuvan näkyminen suljetun profiilin ulkopuolella, sekä tahto luoda muille tietty mielikuva omasta itsestä.*

Kun läheltä otetuissa kasvokuvissa rakennetaan vaikutelmaa itsestä kuvaan laittautumalla, keskeisessä osassa on kasvojen ehostaminen, ja vähintäänkin yhtä merkittävä asema on hiuksilla. Usein kuvan ottaminen liittyy tilanteisiin, joissa vastaaja on jo 'tälläytynyt' muista syistä, mutta erityisesti halu näyttää muille uusi kampaussaattaa toimia itsessään ponttimena Facebookin profiilikuvalle: *kuva on edustava kasvokuva. (Otettu laittautuneena ennen juhliin lähtöä) – Kuva jossa olen ulos lähdössä juhlimaan, iltameikki ja iltakorut, hymyilen – kuva kasvoistani, kun olin laittanut lisäripset ja värjännyt hiukseni punaiseksi – Selvä kasvokuva, jonka otin näyttääkseni uuden hiusmallini – Itse otettu kasvokuva. Vaihdoin sen edellisen vastaavan tilalle kun hiustyylini muuttui – Siinä näkyy mun naaman sivuprofiili ja vasta värjätyt hiukset – Oma kasvokuvani hieman sivuttain otettuna. Olin käynyt kampaajalla ja laitoin kuvan uusista hiuksista – kasvokuva, joka on otettu nimenomaan facebookia varten. siinä näkyy uusi kampauss – mustavalkoinen kuva kasvoista, laitoin sen uudeksi profiilikuvaksi koska siinä on uusi tukka.*

Myös silmät, parta ja iho saavat yksittäisiä mainintoja kasvojen rekvisiittana; lisäksi lävistys ja tatuointi mainitaan satunnaisesti. Pään alueen

tavallista irtovarustusta lähikasvokuvissa puolestaan ovat aurinkolasit, silmälasit, erilaiset päähineet ja huivit. Selvästi yleisin omien kasvojen lisävaruste ovat aurinkolasit, ja niiden käyttöä säestää usein hymy tai virnistys. Hattuja, pipoja ja peruukkeja, joskus myös kasvomaalausta tai naamaa puolestaan käytetään profiilikuvassa erityisesti silloin, kun halutaan näyttää vitsikkäiltä tai tarkoituksena on tuottaa kuvan katsojille hupia. Tällöin kasvoilla saattaa leikitellä myös velmu ilme.

Lopulta joukossa on pienehkö määrä luonnehdintoja kasvokuvista, joissa omia kasvoja on tavalla tai toisella muokattu kuvankäsittelyllä. Osa on halunnut 'tuunata', 'parannella' tai muuttaa kasvopiirteitään paremman näköisiksi tai tehdä kuvasta 'taiteellisemman' oma tunnistettavuus silti säilyttään. Joskus muokkaamisen tarkoituksena on ollut saada aikaan vaikutelma, jossa kasvot kertovat, 'miltä minusta tuntuu nyt'. Kuten yksi vastaaja muotoilee,

*tällä hetkellä kuvakäsittely naamakuva. Kuvasti kai omaa tunnetilaa, en tiedä. Minulla on useita profiilikuvia, joita valitsen hieman sen mukaan, millaista kuvaa tahdon antaa itsestäni.*

## Minä ajassa, tilassa ja toiminnassa

Molemmissa edellä tarkastelluissa minäkuvapuheen muodoissa päähuomio kohdentuu 'minään' melko tiukasti rajatulta lähietäisyydeltä. Sekä 'olen itse'- että 'kuvassa omat kasvoni' -luonnehdintojen muunnoksissa profiilikuvaa taustoitetaan enimmäkseen viitteellisesti ja tuodaan kuvan muita mahdollisia elementtejä esiin enemmän tai vähemmän kiinteänä minän rekvisiittana. Minäkuvaluonnehdintojen kolmannen ryhmän muodostaville kuvauksille sitä vastoin on ominaista, että profiilikuvan 'minä' sijoitetaan johonkin laajempaan yhteyteen ja että yhteys on itsessään olennainen osa profiilikuvaa. Keskeistä kuvaa luonnehdittaessa on kuvassa olijan kiinnittäminen aikaan, tilaan tilanteeseen ja/tai toimintaan, jonka kontekstissa 'minä' näkyy tai esiintyy. Huomattakoon, että määrällisesti tähän ryhmään lukeutuvia luonnehdintoja on lähes yhtä paljon kuin kasvokuvien kuvauksia.

Osassa minän johonkin yhteyteen sijoittavia luonnehdintoja painotus on vahvasti ajankohdassa tai tilassa itsessään. Kuvailu on tällöin luonteeltaan yleistä, eikä sen enempää aikaa kuin paikkaakaan täsmennetä; puhe saattaa esimerkiksi olla pelkästä 'maisemasta'. Vuodenaika on tavallinen

ajallinen konteksti, ja se tuottaa usein yksin tai yhdessä sille tyypillisen näkymän kanssa kuin pohjamaalatun taustakankaan, jota vasten 'minä' hahmottuu<sup>59</sup>: *kuvassa on minä talvisessa maisemassa – kuva on otettu viime talven kovimpana pakkaspäivänä järvenjäällä auringon paistaessa kasvoihin – olen rannalla syksyisessä auringonpaisteessa – kesäkuva minusta metsäuiamarannalla kumisaappaat jalassa – Merimaisema, jossa istun kalliolla, ei tunnistettavissa. Mielimaisema – Kuva kauniista talvisesta maisemasta, itse olen pienenä kuvassa. Kivat värit ja tunnelma – Talvikuva, jossa näyn kokonaan, kasvot ei erotu kovin tarkasti. Koska se sopi vuodenaikaan ja oli hyvä kuva – kaunis kuva kesästä jossa itse näyn tunnistettavasti.*

Toisinaan minän maisemaan sijoittavissa luonnehdinnoissa nousee esiin, että profilikuvan miljööllä halutaan viestiä jotakin erityistä vastaan persoonasta: *kesäinen kuva merellä. Se on hyvä kuva ja kuvastaa minua – Istun tunturimaisemassa. Kuvaa sielunmaisemaani ja harrastuksiani – Olen siinä kalastamassa mökkirannalla auringonlaskussa. Sen luoma tunnelma kertoo minusta.*

Maisema voi toimia taustana myös minän hyvältä näyttämiselle ja pyrkimykselle antaa itsestä edustava vaikutelma: *Kävelen syksyisellä hiekkarannalla. Kuva on otettu vähän kauempaa, mutta olen kuitenkin tunnistettavissa kuvasta. Valinnan syy oli miellyttävä maisema ja se, milltä itse kuvassa näytän – Kuva on otettu minusta meren rannalla. Valitsin sen kauniin maiseman vuoksi ja siksi että näytin siinä sen verran hyvältä – Minä yksin talvisessa maisemassa. Otettu oikeastaan vartavasten profilikuvaksi, sillä minusta ei ollut yhtään edustavaa kuvaa – Hymyilen pelkistetyssä marraskuisessa maisemassa. Halusin nätin kuvan, valokuvanakin kauniin.*

Vaikka tarkempi aika ja tila jäävät 'minä maisemassa' -luonnehdinnoissa epämääräisiksi, tietyt viittaukset ('pakkaspäivä', 'järvenjää', 'mökkiranta', 'tunturi') antavat toisinaan ymmärtää, että paikka sijaitsee Suomessa. Joukossa on pieni määrä myös luonnehdintoja, joissa ollaan nimetysti kotimaassa, usein jossain luonnossa ja kaupungissa oltaessa ulko-tilassa: *olen patikkaretkellä Kuusamossa veden yli vievällä riippusillalla – Toinen jalka napapiirin toisella puolella, toinen toisella puolella entisellä*

59 Talven korostuminen luonnehdinnoissa selittyy sillä, että verkkokysely toteutettiin helmi-maaliskuussa. Tämä kertoo epäsuorasti – ja joissakin luonnehdinnoissa myös julkilausutusti – halusta kiinnittää profilikuvan minä nykyhetkeen.

*opiskelupaikkakunnalla Rovaniemellä – Olen yksin istumassa Kyyvedessä olevalla järvellä olevalla saarella olevalla kivellä. Taustalla on kesäinen järvimaisema – Kuva on otettu vaellusretkellä Seitsemisessä. Olen siinä pipo päässä ja katson vasemmalle. Taustalla näkyy suota – Kuva minusta Suomenlinnassa nojaamassa sinistä seinää vasten – minä istumassa puistonpenkillä talvella helsingissä.*

Kun ajallis-tilallinen konteksti sijoittuu Suomen sijasta ulkomaille, paikka yksilöidään huomattavan usein, minkä lisäksi ajankohdallinen yhteys on lähes poikkeuksetta loma-aika. Huomattakoon, että vaikka yleisissä 'minä maisemassa' -kuvilla ja nimetyissä kotimaan ulkotilakuvissa ei juuri tuoda esiin ajallista kontekstia, asiayhteys viittaa siihen, että kyse on tällöinkin tavallisesti vapaa-ajasta tai lomasta. Yhteistä kaikille lisäksi on, että kuvan ottamisen tilannetta kuvaillaan positiivisin määrein; etenkin ulkomaan kuvat palauttavat mieleen mukavia muistoja, viehättävän ympäristön ja auringonpaisteen, kiireettömyyden ja rennon olon, iloisuuden ja hauskat hetket.

Loma- tai turistimatka ulkomaille on ylivoimaisesti tavallisin 'minän' profiilikuvassa näkymisen ajallis-tilallinen konteksti. Paikka täsmennetään usein ainakin maatasolla, mutta löytyy melkoinen joukko myös 'minä ulkomaille' -tyyppisiä luonnehdintoja, joissa kohdetta ei kerrota. Osa näistä maininnoista tuo esiin ja osasta voi päätellä epäsuorasti, että salamyhkäisyys liittyy sängen usein haluun rajoittaa omaa näkymistä Facebookissa: *profiilikuvani sivusta otettu, hiukan hämärä, jossa katselen auringonlaskua ulkomaille – Otettu ulkomaille iltahämärässä kun olen ulkona syömässä – Kesäinen kuva itsestäni kaupunkilomakohteen puistossa. En näy siinä liian selvästi ulkopuolisille – Ulkomaille näpätty kuva, jossa kurkkaan graffitien peittämästä ikkunasta – Rannalla otettu kuva. Kotiudu in juuri etelän matkalta – Tällä hetkellä profiilikuvana on kuva kuukauden kestäneeltä matkalta – Kuva ulkomaanmatkalta. En kauheasti näytä itseltäni.*

Näkyviin vilahtaa satunnaisesti myös pyrkimys käyttää ulkomaille sijoittuvaa profiilikuvaa keinona esittää minä 'maailmaa nähneenä':

*Olen ulkomaille tulossa yhdestä kaupasta mustiin pukeutuneena. Näytän vähän Oasiksen tai Coldplayn ekstrajäseneltä. Kuva on aika neutraali ja antaa ulkonäköstäni sopivan realistisen kuva, mutta samalla buustaa hiukan tyyliin 'onhan tässä nyt tullut jossain vähän käytyä'.*



Ulkomaan kohteiden kirjo on lakea ulottuen Euroopasta Yhdysvaltoihin ja Aasiasta Afrikkaan. Merkillepantavaa on, että samaan tapaan kuin yleisissä 'minä maisemassa' -kuvissa edellä, myös nyt kuvassa olijaa ympäröivät usein kauniit maisemat, laajalle avautuvat merinäköymät, hiekkarannat ja tunnetut luonnonnähtävyydet; kaupungeissa kuvaan pääsevät usein turistiesitteistä tutut maamerkit: *Seison Irlannissa rantakalliolla, meri taustalla – Olen Amerikassa Grand Canyonilla – Kuva minusta Grand Canyonilla – Olen kuvassa viinitilalla Kaliforniassa – Kuvassa kävelen rannalla Tongalla – Minä egyptiläisessä temppelissä edellisellä ulkomaanmatkalla – Näyn kuvassa kokonaan pienenä mutta kuitenkin tunnistettavana, taustalla Tonava – kuvassa on iso, maalattu sivuprofiili ja minä 'antamassa sille suukkoa', kuva on otettu berliinin muurilla – Seison talvisella sillalla Prahassa – hämärä kuva, jossa taustalla näkyy valaistu eiffel-torni. istun tornin edessä muurilla sivuttain – Kuva on otettu hiltaintain Tallinnan vanhassa kaupungissa – Monacossa otettu otos, jossa sivuprofiilin takana näkyy Monacon satama – se on kuva minusta istumassa puistonpenkillä madridissa – Olen kuvassa Lissabonissa, kuvassa näkyy maisemaa – Kuvassa olen Mauritiuksella hindutemppelin pihalla, takanani norsujumalhämo, otsassa punainen merkki – Olen Gambiassa laitattamassa pikkulettejä tukkaani – Minä kävelemässä turistikuvassa Tanskassa – Kuvassa hymyilen kädessäni kaksi valtavaa kermavaahtolettua. Kuva otettu Tokyon Harajukussa – Kuva matkalta Rio de Janeiroon. Iloinen hymy, rusketus näkyy, drinkkilasi kädessä.*

Tähän minäkuvapuheen ryhmään kuuluissa luonnehdinnoissa kuvan todistusvoima tuntuu usein toimivan sanattomasti perusteluna myös kuvan valinnalle profiilikuvaksi. Kuva todentaa ulkomailla olon ja kutsuu sen katsojan ihmettelemään 'missä sitä on tullut käytyä'. Julkilausutusti tämän kuitenkin nostaa esiin vain pari vastaajaa: *halusin kuvan, jossa näkyy jokin paikka missä olen käynyt – halu viestittää kavereille 'kattokaa missä mä oon ollu'.*

Kuvan valinnan perusteluiksi esitetään muun muassa kuvassa näkyvän ympäristön kauneus, kuvan hienous ja siitä välittyvä hyväntuulinen tai iloinen tunnelma sekä se, että vastaaja 'pitää kuvasta' tai siitä miltä hän itse kuvassa näyttää: 'luonnolliselta', 'normaalilta', 'siedettävältä', 'hassulta', 'iloiselta', 'onnelliselta' tai 'onnistuneelta'. Perusteluissa saattaa korostua myös kyseisen paikan tärkeys itselle ja se, että kuva tuo siellä käynistä mieleen mukavia muistoja. Muutamassa perustelussa nostetaan

hyvänä esiin, että huomio kohdistuu kuvassa olijan itsensä sijasta ensiksi siihen maisemaan tai ympäristöön, jossa tämä on. Merkilläpantavaa on lisäksi, että ulkomaan yhteyteen sijoittuvan profiilikuvan luonnehdintoissa lausutaan suhteellisen harvoin julki pyrkimys antaa kuvalla itsestä tietynlainen vaikutelma ja rakentaa ehkä hyvinkin tietoisesti minäesitys. Jokunen tällainenkin esimerkki joukosta silti löytyy: *Istun lumilaudan kanssa Alppirinteellä. Se on onnistunut kuva sekä minusta että maisemasta (sekä antaa minusta haluamanlaisen kuvan) – Se on kuva minusta Espanjassa, kun olimme matkalla Marokkoon. Valitsin sen, koska siinä minulla on hyvä ilme ja cool asento. Täten sosiaalinen statukseni nousee. ;)* – *Kuva, jossa kurkistan albanialaisesta entisestä vankilan tornista. Valitsin sen, sillä etsin töitä: halusin antaa myönteisen (hymyilevän ja valoisan) kuvan.*

Tai kuten yksi vastaaja maalailee:

*Istun pitkällä laiturilla aamun vaaleanpunaisena hetkenä ja meditoin. Katson kauas merelle. Kuva on otettu joitain vuosia sitten asuessani tropiikissa. Se kuvaa tämän hetkistä sisäistä maailmaani ja kertoo myös kavereille siitä kuka olen ja millaiseksi itseni koen.*

Kuten esimerkeistä edellä on voinut päätellä, ulkotilat hallitsevat sekä koti- että ulkomaan tilakonteksteja selvästi. Silloin tällöin ja eritoten ulkomaan yhteyksissä mainittuja (puoli)julkisia sisätiloja ovat kahvilat, baarit ja ravintolat, joihin viitataan toisinaan myös ilman loma- tai matkayhteyttä. Terassi nousee tilana esiin muutaman kerran.<sup>60</sup> Näissä kuvissa nautitaan kuumaa tai kylmää juomaa leppoisassa tunnelmassa, ja kuvan minä näyttää tavallisesti 'hyvältä', 'hauskalta', 'rennolta' tai 'vitsikkäältä'.

Yksi melko tavallinen minän esillä olon tilanneyhteys, jossa paikaksi voi päätellä useimmiten sisätilan, vaikka tätä ei tuodakaan esiin, ovat erilaiset juhlat ja vapaa-ajan vieton tilanteet polttareista ja häistä muihin perhejuhliin, vanhojen tansseista naamiaisiiin, halloweenin ja vapun viettoon, illanistujaisista bileisiin ja jatkoihin. Toinen, hieman harvemmin esiin tuotava tilanteinen, joko sisä- tai ulkotilaan paikantuva konteksti ovat tapahtumat: laskiaisriehat, keikat, konsertit, festarit, urheilukisailut ja -kilpailut

60 Huomattakoon, että osasta edellä käsiteltyjä kasvokuvien luonnehdintoja käy ilmi tai on pääteltävissä, että profiilikuva on yksityisessä sisätilassa nappattu oma otos: otettu kameran itselaukaisimella tai webkameralla kotona tai – harvemmin – työpaikan pöydän ääressä.

sekä teatteriesitykset. Näissä yhteyksissä minä näyttää 'kivalta', 'sievältä', 'nätiltä', 'kauniilta', 'tyylikkältä' tai 'edustavalta'. Tilanteisiin on vartavasten sonnustauduttu ja niissä ollaan *laitetumpi kuin normaalisti – tulossa kampaajalta ja meikistä – päälläni on siis 'bilevaatteet', tukka hyvin ja meikkiä*; ei näin ollen ihme, että profiilikuvassa näytetään *paremmalta kuin arkena*. Tai sitten näiden tilannekuvien minä hymyilee hyväntuulisesti, huokuu viihtymistä ja rentoa oloa vaikuttaen 'hyväntuuliselta', 'hymyilevältä', 'iloiselta', 'hauskalta' tai 'hassulta'.

Minän sijoittuessa profiilikuvassa toiminnalliseen yhteyteen toiminnan luonne vaihtelee ulkoilusta ja usein nimenomaisesti talvisesta liikunnasta – luonnossa vaeltamisesta, kalliolla kiipeilystä, pulkkailusta, mäenlaskusta, lumilautailusta – ratsastukseen, purjehdukseen, uimiseen, sukeltamiseen, tanssimiseen ja kitaransoittoon. Joukosta erottuvat luonnehinnat, joissa korostetaan toiminnan harrastusluonnetta. Harrastus saattaa liittyä liikuntaan ja ulkoiluun, mutta usein se jätetään myös täsmentämättä. Merkillepantavaa on, että toisin kuin toimintakuvissa muuten, harrastuskuvissa julki tuodaan lähes poikkeuksetta pyrkimys kertoa profiilikuvalla jotakin itsestä ja omista kiinnostuksista. Painotus vaihtelee siitä, että kuvan harrastus antaa itsestä 'todellisen kuvan' siihen, että harrastus toimii kuvassa omanlaisenaan minän rekvisiittana tai minäesityksen lavasteena: *Kertoo harrastuksestani ja sitä kautta mielestäni myös luonteestani jotain oleellista – Seison kuvassa vuoren huipulla jonne kiipesin viime kesänä. Kuvassa tiivistyy saavutukseni kiipeämisessä – kuvan olen ottanut kännykällä kuntosalilla. Kuvassa näkyy kasvot ja viitteellinen miljö. Profiilikuvallani haluan viestiä myös minulle tärkeistä asioista. Juuri nyt yksi niistä on liikunta – Lumikengät jalassa tykkylumisessa metsässä. Kertoo kiinnostuksistani, opiskeluistani ja harrastuksistani, kuvaa minua hyvin – liittyy harrastukseen. hyvä kuva, kaunis maisema ja antaa minusta aktiivisen ja freshin kuvan ihmisenä – Harvinaisella harrastuksella brassailu – harrastuskuva, se on tosi cool – Harrastuskuva (purjehtimassa), edustaa julkista minäkuvaani harrastuspuolella, asia johon haluan muiden samaistavan minut – isommasta valokuvasta rajattu pää+ylävartalo; olen kuvassa harrastuksessa; valitsin sen, koska se kuvaa tärkeintä harrastustani ja esittää minut sosiaalisessa ja hyvässä valossa.*

Merkillepantavaa on, että tilanteisten tai toiminnallisten minäkuvien yhteydessä tuodaan huomattavan vähän esiin pelleilevää hauskanpitoa. Hulluttelu onkin suhteessa selvästi tavallisempaa sellaisissa tilanne-

kuvissa, joissa päähenkilön kanssa on kuvassa joku tai joitakuita muita. Kaiken kaikkiaan velmuilua ja muuta vitsikkäältä vaikuttamista kyllä nähdään varsinaisissa minäkuviissakin, mutta kokonaisuutena niitä hallitsevat hyvältä ja positiiviselta näyttäminen – ja näiden vaikutelmien tavoittelu tuntuu usein olevan sangen vakavaa puuhaa.

Seuraava kuvaus havainnollistaa vaikutelmien tuottamista ja itsen esillepanoa profiilikuvassa poikkeuksellisen yksityiskohtaisesti, monelta kannalta ja avomielisesti. Kyseessä on poseerattu tilannekuva ulkomaan turistikohteen lavasteissa, ja esiin nousee vahvasti myös yleisöorientaation keskeisyys: oletus katsotuksi tulemisesta on ratkaiseva, kun profiilikuva rakennetaan tarkoituksellisesti esitykseksi minästä ja tämän elämästä:

*Seison Ruotsin Örebro slottin vessassa (siis vanhan linnan vessa, joka ei oikeasti enää käytössä) ja hymyilen kameralle. Kuvan otti poikakaverini kun vierailimme linnassa. Päälläni on vaaleanpunainen paita ja farkkuhame. Valitsin kuvan, koska näytän siinä mielestäni nätiltä, olen siistin näköinen koska hiukset ja meikit on hyvin. Rakastan farkkuhamettani koska mielestäni se korostaa urheilullisia jalkojani. Lisäksi näytän iloiselta ja onnelliselta. Hyvää kuvassa on erityisesti se, että se ei ole otettu kotona, ei edes Suomessa, ja sen on ottanut jokin muu kuin minä itse. Minusta kotikuvat varsinkin itse kuvattuna ovat noloja, jotenkin teinimäisiä. Luonnollinen kuva on sellainen, joka näyttää siltä, että se on otettu jostain elävästä tilanteesta, ei varsinaisesti poseeraamalla esim. vessan peilin edessä. Onnellisuus ja ulkomailla olo viestittävät mahdollisille kuvan katselijoille, että minulla menisi nyt hyvin (riippumatta siitä että meneekö) ja että en ole jämähtänyt kotiin ja että minulla on kaveri jonka kanssa reissaan.*

## **Näyttävät hymynaamat profiilikuvan promenadilla**

Tarkasteltaessa minään keskittyvien profiilikuvien luonnehdintoja ja kuvan valinnan perusteluja kokonaisuutena yksi keskeinen havainto on, että myös niitä jäsentää omalla tavallaan Facebookin kahtalaisuus viestinnällisenä tilana. Samalla jatkumo, joka rakentuu profiilikuvassa itsenä olemisen ja minän siinä tietyntylaisena esittämisen varaan, suhteutuu kiintoisasti keskinäisen yhteydenpidon ja muille esiintymisen toisiinsa

kietoutumiseen sivustolla – mukaan lukien viime mainittuun sisältyvä mediayleisöyttä muistuttava orientaatio.

Äkkipäätä voisi ajatella, että esimerkiksi kuvan ja minän identtisyyttä lakonisesti esiin tuovat profiilikuvan luonnehdinnat kytkeytyvät hyvinkin suoraan Facebook-viestinnän yhteydenpidolliseen puoleen, jonka osalta käyttäjän tunnistaminen juuri häneksi on tärkeää. Asetelma on kuitenkin kaikkea muuta kuin suoraviivainen. Tietoisuus minän esityksellisyydestä on epäsuorasti läsnä myös korostettaessa kuvan autenttisuutta ja kuvassa olijan luonnollisuutta – puhumattakaan tämän myönteisestä tavallisuudesta tai neutraalista asiallisuudesta. Vastaavasti sekä tarkoituksellinen sonnustautuminen kuvaa varten että kuvan ehkä pitkällekin viety tekninen käsittely voivat toimia keinoina tehdä näkyväksi käyttäjän kokemus itsestään, siis tuottaa visuaalinen esitys, jonka tämä tuntee *eniten minuksi*. Siten autenttisimmillaankin *kuvani on kuva minusta itsestäni* samaan aikaan kun aito minä on olemassa muille vain esitettynä, tässä tapauksessa verkkopohjaisen kuvan välityksellä. Se taas on medium, jossa on pakko näkyä ja tulla nähdyksi (tai koettaa piiloutua katsotuksi tulemiselta) – ja Facebook-ympäristössä lisäksi omilla erityisillä tavoillaan.

Edellä sovellettu autenttinen–esitetty-jako jäsentää itsen esillä olon Facebookin profiilikuvassa siis näkymisen, näyttämisen ja näyttäytymisen jatkumolla. Kuten on käynyt ilmi, tunnistettavuus suoran ulkonäöllisen vastaavuuden mielessä ei tällöin ole minän aitouden kannalta ratkaiseva kysymys. Hämääjän ja etäältä otettuun 'minä maisemassa' -kuvaan tai itsestä vitsillä rakennettuun kuvalliseen esitykseen vinkeä pellenenä päässä voi sisältyä pyrkimys tulla muiden – ja vähintään tai erityisesti lähipiiriin – tunnistamaksi sinä persoonana, joka kokee olevansa. Osuvampaa onkin puhua autenttisuuden ulottuvuuksista tai sävyistä, joita profiilikuvalla ilmaistaan eri tavoin. Toisaalta oma ulkonäkö ja sen halutunlaiset puitteet ovat juuri se, mitä muokkaamalla ja dramatisoimalla myös koettua minää paljolti tuodaan profiilikuvassa esiin.

Kuvan ja kuvassa olijan ulkoiseen tai sisäiseen vastaavuuteen perustuvan autenttisuuden sävyjä voi havainnollistaa seuraavalla liukumolla: olen itse – näyttää itseltäni – kuvaa minua – kertoo minusta – ilmentää luonnettani tai persoonaani – kuvastaa mielen/tunnetilaani – ilmentää sisäistä maailmaani. Asteikon alkupäähän sijoittuvat luonnehdinnat, joissa *minä näkyy* profiilikuvassa. Usein kyseessä on ulkoisen yhdennäköisyyden perusteella tunnistettava perus- tai normikuva, tuore, luonnollinen,

neutraali, asiallinen ja tavallinen otos. Kun liu'utaan asteikkoa eteenpäin, lähennyttään *minän näyttämistä*: tullaan kuviin, joissa on esillä ystävällinen, hyväntuulinen, hymyilevä, iloiselta näyttävä ja onnelliselta vaikuttava minä. Selvästi minän näyttämisen puolelle siirrytään luonnehdinnoissa kuvista, joissa ei vain olla positiivisen, kivan, nätin, sievän, söpön, kauniin, hyvän, tyylikkään ja edustavan näköisiä, vaan joiden osalta toivotaan tai halutaan, että kuvan katsojat nimenomaisesti panevat tämän merkille. *Minänä näyttäytymisestä* voidaan puhua, kun profilikuvaa varten kerrotaan erityisesti laittaudutun, ja itsestä on rakennettu katsottavaksi tarkoitettu esitys erilaista rekvisiittaa ja lavasteita käyttäen. Näyttäytymisestä saatetaan lipua *näytöksellisyyden* tai näyttelemisen alueelle, jos minäesitys pitää sisällään esimerkiksi korostettua ulkonäöllä tai kontekstilla brassailua, taiteellisen tai muun erityisen vaikutelman äärimmilleen vietyä tuottamista.

Kaiken kaikkiaan voi todeta, että selvästi näytöksellistä minän esittämistä nousee profilikuvan luonnehdinnoissa esiin niukasti. Sekä minän näyttäminen että tietynlaisena minänä näyttäytyminen sitä vastoin ovat yleisempiä kuin vähemmän performoitu minän näkyminen. Omaa profilikuvaa koskevien luonnehdintojen perusteella painotus minän esittämisen jatkumolla *näyn–näytän–näyttäydyn–näyttelen* on toisin sanoen kahdes- ja keskimmaisessa.

Kuten todettua pitkällekin dramatisoitu minäesitys voi olla autenttinen vastatessaan profilikuvassa olijan omaa kokemusta siitä, kuka ja mitä hän on. Mikä kuitenkin oleellisempaa, autenttisuus on itsessään läpikotaisin kulttuurista – Erving Goffmanin ([1959] 1971) mukaillen ihmisen minä rakentuu rooleista, emmekä voi olla olematta, myös omassa seurassamme, aina jossakin roolissa.

Kiinnostavaa on tässä yhteydessä huomata, että tietoisuus yleisöstä vahvistuu minän esityksellisyyden noteeraamisen myötä. Mitä selvemmin profilikuvan luonnehdinnassa tuodaan esiin minän tarkoituksellinen rakentaminen esitykseksi, sitä vahvemmin vaikutelmien tuottamisessa itsestä otetaan yleensä huomioon kuvan oletettu katsojakunta. Se, että minän esityksellisyyttä profilikuvassa hallitsevat näyttäminen ja näyttäytyminen, kertoo Facebookin luonteesta puolijulkisena tilana ja mediana – kyseessä ovat roolisuoritukset jokapäiväisen viestinnän teknologiavälitteisellä näyttämöllä, eivät laitostatterin lavalla tai perinteisten joukkoviestinten julkisuustilassa.

Tästä päästään lopuksi toiseen keskeiseen havaintoon omaa profiilikuvaa koskevista luonnehdinnoista, nimittäin siihen, että niiden perusteella Facebook hahmottuu paljolti tilaksi, jossa sivuston käyttäjät kääntävät itsestään ja elämästään näkyviin pääosin edustavan ja positiivisen julkisivun. Karkeistaen ja kärjistäen: profiilikuvassa ollaan aina hyvännäköisiä, hymyileviä ja huolettomia, koko ajan vapaalla, miellyttävässä ympäristössä ja itse valitussa mieleisessä seurassa. Profiilikuvan luonnehdinnat muotoilevatkin kuvallisen vastineen sille ei-arkisuuden vaatimukselle, joka nousee vahvasti esiin käyttäjien määritellessä hyvää statuspäivitystä, ja tietyssä mielessä voisi myös puhua toiveminän esityksistä.<sup>61</sup> Jokapäiväisen itsen ja arkielämän harmaita, ikäviä ja toisinaan rumiakin puolia ei kelpuuteta profiilikuvaan – *ellei sitten vain hauskuutusmielessä*, kuten yksi vastaaja aprikoi.<sup>62</sup> Sitä vastoin kuvassa astellaan muiden silmien alla kuin etelä-Euroopan rantapromenadeilla (ja toisinaan lähes kirjaimellisesti): edustavissa vetimissä ja vetävässä rusketuksessa, iloinen tai leikkisä ilme kasvoilla ja olemuksessa, vailla huolen häivää, leppoisasti viihtyen ja ole-massaolosta nauttien.

Banaaliudessaan perustava ja ehkä ratkaisematonkin kysymys, joka nousee edellä sanotun pohjalta esiin koskee sitä, mistä syystä minän (ja tämän elämän) sitten halutaan näyttävän muiden silmissä hyvältä – mistä tämä pyrkimys ja/tai pakko oikeastaan kertoo?<sup>63</sup> Tai hieman toisin: kiinnostavaa oman profiilikuvan luonnehdinnoissa on, että niiden perusteella hyvältä, hauskalta ja positiiviselta vaikuttaminen ja käänteisesti ruman ja ikävän piilottaminen muiden katseilta Facebookin puolijulkisessa tilassa on niin itsestäänselvää. Kuten yksi vastaaja muotoilee, *nätiltähän ihmiset siellä haluavat näyttää tietysti. Tai sitten oikein huisin hassulta*. Tai kuten toinen kasvokuvansa edustavuutta kuvaileva hämmästelee, *miksi kukaan haluaisi laittaa itsestään rumia kuvia?*

---

61 Vrt. Zhao et al. (2008); Davis (2010); Stenros et al. (2011).

62 Kiinnostavaa on pohtia, olisiko arjen torjunta noussut esiin myös suoraan, jos vastaaja olisi pyydetty kertomaan 'millainen on mielestäsi huono profiilikuva?'

63 Ne parikymmentä profiilikuvan luonnehdintaa, joissa vastaajat haluavat kätkeä kasvonsa yksityisyyden suojaamissyistä, eivät tarjoa valaisua tähän kysymykseen.





## **V Facebook-ympäristön rakenteellisuudet ja toimijuuden rajat**

Kun Facebookin käyttäjät kuvailevat sivustolla olemisen hyviä ja huonoja puolia tai luonnehtivat muiden esiintymistä ja omaa näkymistään siellä, alustan rakenteellisuuksien suhde viestinnän ja vuorovaikutuksen tapoihin nousee esiin lähinnä epäsuorasti ja sivuroolissa. Eritoten statuspäivitysten ja vielä selvemmin profiilikuvan yhteydessä Facebookin luonne puolijulkisena verkkotilana tulee otetuksi koko lailla annettuna. Tätäkin harvemmin huomio suuntautuu siihen, miten sivuston tilaluonteeseen erityisyys itsessään määräytyy.

Havainto Facebook-ympäristön tietynlaisuudesta on sinänsä vahvasti läsnä kiusallisina tuntemuksina yksityisen ja julkisen rajalinjojen hämärtymisestä, ja se saa ilmauksensa myös roskaksi tai spämmiksi mielletyn sisältötulvan aiheuttamassa ärtymyksessä ja ahdistuksessa. Usein epämuakavuus kuitenkin liittyy muiden käyttäjien toimintaan, eikä tällöin mietitä, onko Facebookin rakennepiirteillä jotakin tekemistä sen kanssa, millaisia muotoja yhdessä oleminen ja käyttäytyminen sivustolla ylimalkaan saavat. Vastaavasti päivitysten herättämä tympäännyys ja ärsytys kohdistuvat enimmäkseen toisten käyttäjien arvostelukyvyyttömyyteen, eikä omaa profiilikuvaa luonnehdittaessa pohdita, millaiseen itsen näyttämiseen ja esittämiseen profiilikuva sivuston visuaalisena rakenne-elementtinä kenties käyttäjiä kannustaa tai ohjaa. Yksityisyyspulmien ja roskasisältöjen ohella palvelun tekninen toimimattomuus ja – huomattavasti vähäisemmässä määrin – mainokset kirvoittavat silti myös kriittisiä aprikointeja ja kommentteja Facebookin motiveista palveluntarjoajana ja sen tavoitteista yrityksenä.

Kaiken kaikkiaan edeltävissä luvuissa ovat olleet pinnalla Facebookin avaat uudenlaiset yhteydenpidon ja kanssakäymisen mahdollisuudet, joiden teknis-tilallisia edellytyksiä ja/tai niihin kietoutuvia taloudellisia logiikoita käyttäjät eivät siis juuri tuo spontaanisti esiin. Suorempaa näkymää käyttäjien suhteeseen ja suhtautumiseen Facebookin rakenteellisuuksiin

tarjoavat tässä osiossa tarkasteltavat vastaukset niihin verkkokyselyn avokysymyksiin, joissa tiedusteltiin, mitä sivustolla haluttaisiin muuttaa, miten omia yksityisyysasetuksia on muokattu sekä mitä mieltä ollaan Facebookin käyttöehdoista.

Alkajaisiksi voi huomata, että näihin kolmeen 'rakennekysymykseen' ker-tyi selvästi vähemmän vastauksia kuin edellä eriteltyihin avokysymyksiin sivustolle menemisen syistä, siellä olemisen hyvistä ja huonoista puolista sekä statuspäivityksen hyvydestä ja omasta profiilikuvasta. Eniten vastauksia keräsi yksityisyysasetusten muutoksia koskeneen kysymyksen jatkokysymys, johon tuli yli 1600 vastausta (73,9 % verkkokyselyyn osallistuneista). Facebookin kohdistuvia muutostarpeita ja -toiveita luodan-neeseen kysymykseen puolestaan vastasi kyselyyn osallistuneista yli 1200 (56,3 %), ja vähiten vastauksia koko kyselyssä – noin 850 (38,9 % osallis-tuneista) – saatiin kysymykseen palvelun käyttöehdoista.

Tarkastelen seuraavassa aluksi mitä käyttäjät Facebookissa muuttaisivat. Tämän jälkeen silmään, miten he ovat muokanneet omia yksityisasetuk-siaan sivustolla. Lopuksi luonnehdin käyttäjien suhtautumista palvelun käyttöehtoihin. Keskityn kunkin kysymyksen osalta eniten mainintoja saaneisiin seikkoihin, ja esitän vähäisemmiksi jääneistä maininnoista huomioita lähinnä, kun ne täydentävät aiempien avokysymysten jo esiin nostamaa tai suhteutuvat siihen jännitteisellä tai muuten kiinnostavalla tavalla.

## **Lisää omaa räätälöintiä ja päätäntävaltaa**

Facebookiin kohdistuvien muutostoiveiden ja -halujen joukosta erottuu selvästi kuusi asiaa, joista käyttäjiltä saa eniten huomiota yhteenkietoutu-nut kysymys yksityisyyden suojaamisesta ja omien tietojen tai materiaa-lien näkymisestä sivustolla. Niitä koskevat seikat nostettiin sekä kokonais-että ensimmäinnoissa esiin yli kaksi kertaa useammin kuin seuraavaksi tavallisin muutostavoite eli sovellukset. Yksityisyyskysymysten korostumi-nen muutoshalun kohteena ei yllätä, kun muistetaan, kuinka merkittä-viksi yhtäältä yksityisyyteen ja toisaalta liian avoimeen julkisuuteen liit-tyvät pulmat osoittautuivat Facebookin huonona puolena. Ylimalkaankin

muutostarpeissa toistuvat usein yksilöidymässä muodossa paljolti samat asiat kuin joita käyttäjät toivat esiin kuvatessaan kokemuksiaan sivuston huonoista puolista. Toisaalta kohdennus- ja painotuserot ovat samaan aikaan ilmeiset. Niistä voi yleistäen todeta, että painopiste on viestinnän ja vuorovaikutuksen tai muiden käyttäjien toiminnan sijasta nyt Facebookin teknis-toiminnallisissa ominaisuuksissa.

Noin joka viides (20,8 %) Facebookin muuttamista koskevaan avokysymykseen vastanneista toi esiin *yksityisyyden suojaamiseen* ja/tai oman muille näkymisen rajoittamiseen liittyviä muutostarpeita. Niiden osuus myös ensimmäisistä tai ainoista maininnoista oli noin viidesosa (20,5 %). Muut tärkeänä pidetyt muutostarpeet saivat kukin sangen tasasuhteisesti vajaan kymmenesosan (prosentuaalisten osuuksien vaihdellessa välillä 8 % – 9,4 %) sekä kokonais- että ensimmäisistä maininnoista seuraavasti: *pelit, testit ja muut sovellukset, tekninen toimivuus, uutissyöte, palvelun muuttuvuus sekä rakenne ja käyttöliittymä*. Yhdessä kuusi merkittävintä muutoshalun kohdetta keräsivät runsaat kolme viidesosaa muutostarpeiden kokonais- ja ensimmäisistä (63,2 % ja 62,9 %).

Muutostarpeisiin, joiden saamat kokonaismaininnat vaihtelivat välillä runsaasta viidestäkymmenestä vajaan sataan (3,1 % – 6,5 %) ja ainoat tai ensimmäiset maininnat välillä runsaasta kolmestakymmenestä noin viiteenkymmeneen (2,7 % – 4,5 %) lukeutuvat *chat, ulkoasu, mainokset, käyttöehdot, uudet toiminnot* sekä muiden (kuin sovellukset, uutissyöte ja chat) *Facebook-toimintojen kehittäminen*. Nämä seikat keräsivät muutostarpeiden kokonaismaininnoista yhteensä runsaan neljäsosan ja ensimmäisistä noin neljäsosan (26,1 % ja 24,7 %).

Muutostarpeisiin, jotka saivat lähinnä hajamainintoja kokonaismainintojen lukumäärien vaihdellessa noin tusinasta runsaaseen kahteenkymmeneen ja ensimmäisten ollessa enimmillään parikymmentä, lukeutuu seuraavia asioita: *ylläpito, käyttäjät ja käyttökulttuuri* sekä *käyttöohjeet*. Yhteensä nämä seikat keräsivät viitisen prosenttia kokonais- ja ensimmäisistä maininnoista. Huomiota kiinnittää, että verrattuna kokemuksiin Facebookin huonoista puolista muiden käyttäjien toiminta ja laajemmin sivuston käyttämisen tavat lukeutuvat suoran muutoshalun kohteina tähän niukasti mainintoja saavaan ryhmään noin puolentoista prosentin kokonais- ja ensimmäisten osuudella.

Lisäksi joukossa on noin 80 eli alle viisi prosenttia en osaa sanoa -vastauksia, ja kuutisenkymmentä vastaajaa eli vähän yli kolme prosenttia vastaajista ilmoitti, että ei halua Facebookiin mitään muutoksia. Noin tusina vastaajaa (0,7 %) ehdotti, että Facebook pitäisi lopettaa tai että sitä ei olisi pitänyt keksiä ollenkaan, ja seitsemän vastauksen osalta tulkinta jäi auki.

## *Oman tilan hallintaa*

Samaan tapaan kuin Facebookin huonojen puolten yhteydessä **yksityisyyden suojaamiseen** viitataan vaihtelevalla termistöllä myös nimettäessä sivustolla muutosta kaipaavia kohteita. Vastaavasti asia, johon muutosta kaivataan, sävytyy tai painottuu kulloinkin hieman eri tavoin riippuen siitä, puhutaanko yleisesti yksityisyyden lisäämisestä, yksityisyyden suojasta vaiko turvallisuuden tunteesta tai omien tietojen turvaamisesta. Ja kuten jo todettua, näkyviin nousee nytkin yksityisyyden suojaamisen ja julkisen näkymisen toinen toisiinsa lomittuva rajapinta.

Yksityisyyden suojaamista ja omaa muille näkymistä koskevat muutostoi-  
veet kiteytyvät muutamiksi keskeisiksi seikoiksi, joista yhtenä merkittävä-  
nä voidaan mainita Facebookin yksityisyysasetukset. Niiden koetaan ole-  
van sekavat ja sinne tänne ripotellut, mikä tuottaa käyttäjälle tunnun, että  
*kokonaisuus hukkuu*, eikä itsellä *ole mitään hajua mitä tietoja näkyy jol-  
lekin joka ei ole minun kaveri*. Asetuksista haluttaisiinkin yksinkertaisem-  
mat, ymmärrettävämmät ja helpommin käyttäjän muokattavissa olevat.  
Jotkut toivovat lisäksi mahdollisuutta tarkistaa omat asetukset kätevästi  
ja esimerkiksi sitä, että *voisi esikatsella, mitä sinulle tuntematon ihminen  
näkee profiilistasi tai muiden profiilien kautta*.

Kuten edeltävä poiminta jo havainnollistaa, yksityisyysasetuksista pu-  
huttaessa viitataan aika ajoin yksityisyyden suojaamisen siihen puoleen,  
jossa liikutaan yksityisen ja julkisen rajapinnalla. Osassa yksityisyys-  
asetuksiin kohdistuvia muutostoi-  
veita on nimittäin kyse siitä, että ase-  
tuksista haluttaisiin helpommin säädettävät, jotta kävisi mahdolliseksi  
hallita haluamallaan tavalla omaa muille näkymistä ja omien tietojen ja  
materiaalien laajempaa leviämistä. Tähän liittyy usein tarve pystyä ryh-  
mittelemään Facebook-yhteyksiä paremmin sen mukaan, keiden kanssa  
käyttäjä haluaa mitäkin jakaa ja keiden mitäkin toivotaan itsestä tietävän:  
*suurempi ja selkeämpi kontrolli yksityisyyteen: mahdollisuus määritellä  
tarkasti kuka näkee profiilistani ja tekemisistäni mitäkin asioita – Tekisin*

*oman näkyvyyden räätälöinnin eri kohderyhmille tarkemmaksi – Tekisin yksityisyyden rajaamisen helpommaksi; jotta kaikkea ei tarvitsisi jakaa kaikkien kanssa – Loisin ystäväryhmiä joiden välillä voisi rajoittaa tiedon kulkua, esim. parhaimmat kaverit voisivat nähdä jotain mitä etäisemmät eivät – Yksityisyyden suojaa, eri kaveriryhmille pitäisi pystyä määrittelemään paljon tarkemmin erilaisia oikeuksia; esim. kuka näkee minkäkin kuvakansion, kelle tietyt statuspäivitykset näkyvät, kuka näkee seksuaalisen suuntautumisesi jne.*

Toiveeseen paremmasta oman näkymisen hallinnasta Facebookissa liittyy myös se, että toisten käyttäjien mahdollisuuksia julkaista ja nimetä lupaa kysymättä kuvia, joissa itse esiintyy, haluttaisiin vaikeuttaa. Jotkut ehdottavat myös kuvien merkitsemistoiminnon lopettamista; toisaalta kaivataan toimintoa, jolla voisi poistaa muiden luvatta laittamat ja/tai merkitsemät kuvat itsestä. Kuten vastauksista sivuston huonoja puolia koskeneeseen kysymykseen kävi ilmi, kavereiden ajattelematon toiminta kuvien lisäämisessä ja merkitsemisessä herättää monissa tuhtumusta, ja näillä muutosehdotuksilla haetaan teknistä ratkaisua tähän 'inhimilliseen käyttäytymisongelmaan'.

Kun muistetaan Mark Zuckerbergin viime vuosien lausunnot Facebookin luonteesta, merkillepantavaa yksityisyyden suojaamiseen liittyvissä muutostoiveissa kaiken kaikkiaan on, että käyttäjien mielessä tuntuu siintävän sivuston perustajan visioista suurestikin poikkeava, niille osin jopa vastakkainen sosiaalinen verkkotila. Missä Facebookia on myös kehitetty kohti yhä suurempaa käyttäjätietojen avoimuutta ja yhtä 'kaikille julkista minää', siinä monet käyttäjistä kaipaavat suljettua ja jopa salaista viestinnän ja vuorovaikutuksen alustaa tai ainakin sellaista, jonka julkisuusasteen kukin käyttäjä voisi itse päättää: *että kaikki muut eivät aina näkisi mitä teen – tiliä perustaessa yksityisyys pitäisi olla tiukasti rajattu – Profilien yksityisyysasetukset siten, että kaikki olisi oletuksena näkyvis- sä vain itselle, jollei toisin valita – Kaikkien profilien tulisi olla suojattuja, sillä kaikki eivät välttämättä osaa itse hoitaa suojausasetuksia, jotka ovat verrattain monimutkaisia – Käyttäjien yksityisyyttä pitäisi parantaa. Esim. oletusasetusten olisi hyvä olla lähtökohtaisesti niin, että kaikki ei näy kaikille. Tämä siksi, että kaikki käyttäjät eivät halustaan huolimatta välttämättä osaa asetuksia säätää – Selkeämmät yksityisyysäännöt, esim. niin että kaikki olisi lähtökohtaisesti salaista, mutta ne voisi muuttaa julkisiksi. Sillä tavalla jokaisen tulisi mietittyä, mitä tietoa itsestään oikeasti haluaa*

*julkistaa – Lähtöoletuksena Facebookissa pitäisi aina olla että ‘vain minä voin nähdä tämän’, nyt se näyttäisi olevan ‘kaverieni kaverit voivat nähdä tämän’ – Tiedot saisivat olla lähtökohtaisesti salaisia, ja asetuksia muuttamalla niistä saisi julkisia. Nyt on päinvastoin – lähtökohtaisesti salaiset asetukset.*

Yhdeksi Facebookissa muutosta kaipaavaksi asiaksi nostetaankin se, että sivusto antaa käyttäjistä omavaltaisesti niin paljon tietoa ulkopuolisille; mukaan lukien esimerkiksi profiilikuvan näkyminen kaikille, tykättyjen sivujen ja kaverimäärän näkyminen omassa profiilissa ja se, että kaverin seinälle kirjoittamisesta menee tieto uutissyötteeseen. Huomiota tässä yhteydessä kiinnittää kokemus teknisestä pakottamisesta suurempaan avoimuuteen kuin käyttäjä itse haluaisi. Kyseessä on lisäksi kehityssuunta, jota sivuston uudistusten havaitaan vahvistaneen: *Henkilökohtaisten tietojen tiukempi ja yksityiskohtaisempi kontrollointi, nyt Facebook pakottaa välillä kertomaan enemmän kuin haluaisin – Yksityisyysääntöjä siten, että facebookissa voisi olla yksityisemmin. Nykyisin tietoja on jaettava entistä laajemmalle joukolle – Nykyään yhä vähemmän toimintoja on mahdollisuutta muuttaa salaiseksi, ainakin hetkellisesti. Esimerkiksi seinälle kirjoittaminen. Lisäksi asiat joita fanitan näkyvät kaikille ihmisille jotka profiilini näkevät. Tätä ei voi muuttaa – Sitä, että voisi itse enemmän vaikuttaa siihen, mitä tietoja haluaa julkaista itsestään. Nyt esimerkiksi viime uudistus meni ihan pyllylleen. Osa ‘parannuksista’ vain huononsi yksityisyyden suojaa – Uudet yksityisyysasetukset ovat joiltakin osiltaan huonommat kuin aikaisemmat. Esim. kavereiden seinälle kirjoittaminen näkyy automaattisesti kaikille yhteisille kavereille news feedeissä, ei kiva – Yksityisyyden suoja on huonontunut viimeisimmän ‘uudistuksen’ jälkeen (esim. ei mahdollista piilottaa ystävälisteriä täysin). Tämä tulisi saada taas paremmin kontrolliin.*

Pelien, testien, kyselyjen ja muiden **sovellusten** asema Facebookin huonoksi – turhaksi, typeräksi ja rasittavaksi – koettuna puolena saa vahvistusta niistä muutoskohteita nimeävistä vastauksista, joissa korostetaan sovellusten kuriin laittamista. Muotoilut, joilla eri sovellusten uutissyötteeseen tuuppaamaa sälää tai sitä tukkivia pelitietoja kuvaillaan, ovat nyt jos mahdollista vieläkin kärjekkäämpiä. Vastauksissa sinkoilevat ‘roi-na’, ‘krääsä’, ‘kura’ ja ‘scheisse’, jotka pitäisi vähentää minimiin, kätkeä, eriyttää, sulkea ulos tai poistaa sivustolta. Rakentavammin muotoiltujen

ehdotusten joukkoon kuuluu esimerkiksi se, että käyttämättömät sovellukset poistuisivat omalta sivulta automaattisesti tietyn ajan jälkeen.

Yleisemminkin mielenkiintoista on, että sovellusten nähdään toimintana poikkeavan oleellisesti siitä, mistä Facebookissa verkon sosiaalisena tilana on tai mistä siinä pitäisi olla kysymys. Erityisesti pelien katsotaan pilaavan sivuston varsinainen luonne tai sotkevan sen 'perustehtävää' eli tiedottamista ja yhteydenpitoa: *Poistaisiin pelit, sovellukset. Ovat turhia. Panostaisiin lähinnä tapahtumatiedottamiseen, ja yleensäkin facebookiin tiedotuskanavana – Keskittyisin sovellusten sijaan entistä enemmän ihmisten väliseen viestintään – Erillinen 'pelialusta' ja erillinen yhteydenpitoalusta – Siirtäisin pelit yms. ajanviettoiminnan jotenkin omaksi osiokseen niin, ettei niihin tarvitsisi vahingossakaan törmätä – Poistaisiin kaikki pelit, kyselyt ja ylimääräiset sovellukset ja keskittyisin enemmän yhteydenpitoon – Eriyttäisin sosiaaliset pelit (vaativat muita pelaajia, tilapäivityksiä, julkaisuja yms) ja muun sosiaalisen median omiksi osioiksi – Poistaisiin kaikki pelit, testit ym. turhan ja ärsyttävän. Keskittyisin vain kuulumisten vaihtoon ja tapahtumien järjestämiseen – poistaisiin testit ja muut typerät härpäkkeet ja pitäisin FB:n puhtaasti sosiaalisena mediana eli yhteydenpitovälineenä.*

Pelit ja muut sovellukset tulevat mainituiksi huomattavan usein myös silloin, kun muutoksia esitetään Facebookin **uutissyötteeseen**. Ne ovat tavallisinta sisältöä, joka omasta Newsfeed-näkymästä suljettaisiin pois, mikäli se vain olisi käyttäjille mahdollista. Ylimalkaan käyttäjät haluaisivat vaikuttaa paljon enemmän ja helpommilla tavoilla siihen, mitä omaan uutisvirtaan tulee.<sup>64</sup> Samanaikaisesti havainto kuitenkin on, että sivuston uudistusten myötä käyttäjien mahdollisuuksia hallita ja muokata syötettään on lisäämisen sijasta päinvastoin vähennetty.

---

64 Stenros ja kumppanit (2011) pohtivat haastatteluaineistoon pohjautuvassa tutkimuksessaan kysymystä Facebook-käyttäjien halusta hallita uutissyötettään rinnastamalla syötteen seuraamisen kiinnostavasti television katseluun. Vastaavasti kuin television sinänsä julkisen ohjelmavirran katsominen on luonteeltaan yksityinen tapahtuma, myös uutissyötenäkymä on kunkin käyttäjän oma. Kokemukselliselta kannalta kyse on siten yksityisestä tilasta ja on epäkohteliasta työntää sinne materiaalia, josta sen haltija ei ole kiinnostunut tai joka on hänestä vastenmielistä. Merkilläpantavaa on, että ihmisten mahdollisuus vaikuttaa näin ymmärretyn 'kokemustilansa' sisältöön näyttäisi olevan television tapauksessa suurempi kuin Facebookin.

Selvästi tärkeimpänä uutissyötteen sisältönä monet käyttäjät pitivät kavereiden statuspäivityksiä, ja niiden kuten muidenkin sisältöjen osalta haluttaisiin itse ratkaista, mitä seurata ja mitä ei: *Syötteen edistyneempi muokkaus käyttäjän omien mieltymysten mukaiseksi – Erilaisten näkymien yksityiskohtaisempi personointi; haluan määritellä itse, mitä etusivulla näkyy, mitä seuraan – Käyttäjillä pitäisi olla oikeus valita mitä heidän syötteisiin tulee, joku suodatusmahdollisuus olisi hyvä – Tilapäivitykset helpommin esiin. Nyt sekaan tulee muutakin taukkaa – etusivulla saisi näkyä PELKÄSTÄÄN tilapäivitykset eikä kuka on kenenkin kaveri jne... – Uutisfiidiä pitäisi pystyä rajaamaan. Haluan nähdä ensimmäisenä statuspäivitykset, sitten kuvapäivitykset. Jos on aikaa, saattaa jotkut testit, linkit yms. kiinnostaa. Nyt ovat uudessa versiossa kaikki samana soopana – sen, mitä kavereiden tuottamaa sisältöä haluaa nähdä, pitäisi voida päättää itse – Sen, että etusivulla näkyisi VAIN statuspäivitykset. On ärsytävää kun siellä on noin 20 tulosta jostain pelistä, sen jälkeen yksi statuspäivitys ja taas 20 pelitulosta – parempi filtterointi sille, kenen päivityksiä ja tietoja haluaa lukea (ongelma jos on paljon kavereita) – Etusivua pitäisi pystyä muokkaamaan sen mukaan mitä siinä haluaa nähdä. Minua kiinnostaisi nähdä vain kavereiden tilapäivitykset ja heidän lisäämät kuvat. Minua ei juuri kiinnosta lukea, minkä testin kukanenkin on tehnyt tai kuka on kenenkin kaveri – Pidin aiemmin (ennen uusinta päivitystä) vaihtoehdosta, jossa pystyi valitsemaan pelkkien status-päivitysten lukemisen sen sijaan kuin nyt kaikki linkit jne. ovat samassa pötkössä. Toki ennenkin olivat, mutta oli myös mahdollista lukea pelkät statukset eli muutos on liian nopeaa!*

Poiminnoista viimeinen tekee osaltaan ymmärrettäväksi, miksi **palvelun muuttuvuus** nousee yhdeksi merkittäväksi seikaksi, johon monet käyttäjät suhtautuvat Facebookissa kriittisesti ja johon he haluaisivat muutosta. Monet toivovat, että sivusto pysyisi edes jonkun aikaa ennallaan: *muuttasin sen ettei sitä muuteta koko ajan ja muuttaisin sen muuttumattomaksi*, kuten pari vastaajaa tämän muutostoiveen kiteyttää.

Käyttäjän kannalta muutoksia paitsi tehdään liian usein, ne tuntuvat usein käytännössä myös tarkoittavan muutosta huonompaan. Tämä koskee sivuston rakennetta ja käyttöliittymää, joihin kaivataan takaisin sivuston uudistusten myötä kadonneeksi koettua selkeyttä, yksinkertaisuutta ja keveyttä; toimintojen määrä tuntuu paisuvan liialliseksi, ja eri toiminnot



ovat esillä sekavasti. Vastaavasti ulkoasun osalta katsotaan, että *Facebook on elänyt ulkoasultaan muutoksen tilassa. Muutokset eivät aina ole ollut parempaan suuntaan, joten jonkinlaista pysyvyyttä toivoisin – Facebookin layout vaihtuu turhan usein, eikä aina parhaaseen suuntaan – enkä muuttaisi sivujen ulkoasua niin usein. Varsinkin tämänhetkinen ulkoasu on huonompi ja epäkäytännöllinen – Ulkoasua ei tarvitsisi muuttaa niin usein, usein se muuttuu huonoon suuntaan – Joka kerta kun FB on uudistunut se on mennyt mielestäni huonompaan suuntaan – Yleensä muutokset vielä tapahtuvat huonompaan suuntaan, ja juuri silloin kun on oppinut käyttämään edellistä ulkoasun versiota.*

Kuten edeltävä poiminta havainnollistaa, sivuston liian tiukat päivitykset sekä ulkoasun ja käyttöliittymän muokkaukset ärsyttävät ja rasittavat siksin, että jatkuvien muutosten vuoksi käyttö ei ehdi automatisoitua vaan vaatii koko ajan ponnistelua: *juuri kun on oppinut, mistä mitään löytyy ja miten käyttöliittymä toimii, se muutetaan ja opettelu alkaa taas alusta – Pitäisin sen pidemmän aikaa sellaisena kuin se on. Lyhyen ajan sisällä FB on muuttunut kahdesti. Kun yhteen tyyliin ehtii tottua ja sitä oppii käyttämään, tulee jo uusi, huomattavasti sekavampi ja monimutkaisempi malli. Paras olisi, kun saataisiin yksi kätevä malli ja sitten pidettäisiin se, eikä muuteltaisi sitä koko ajan! – Ei jatkuvia uudistuksia! Juuri, kun on oppinut käyttämään sen hetkistä Facebookia päätetäänkin päivittää ja uudistaa sitä. Sitten täytyy taas uudelleen opetella kaikki.*

Tätä turhautuneen käyttäjän positiota sävyttää toisinaan julkilausutusti kokemus omasta voimattomuudesta suhteessa Facebookiin palveluntarjoajana: *aina pitää opetella uutta ja kulutettu aika sen kun kasvaa (mikä varmaan tarkoituskin) – Jatkuva ulkoasun muuttaminen on raivosuttavaa, sen lopettaisin välittömästi jos voisin.*

Vastaavasti kuin haluttaessa muutoksia sovellusten päällekkäisyyteen osa käyttäjistä kokee rivakan uudistamistahdin sekä erilaisten toimintojen lisäämisen vieneen Facebookia suuntaan, jossa sivuston alkuperäiset vahvuudet yhteydenpidossa ovat hämärtyneet ja tähän liittyvä 'peruskäyttö' on kärsinyt: *Turhan raskas ja monitahoinen. Tuntuu, että sinne halutaan ympäät 'koko elämä' ja kaikkea mahdollista sovellusta, peliä, testiä yms. – kaikki turhat krumeluurit pois, palautettakoon sähköposti-suuntaan – ottaisin kaiken muun kun sosiaaliseen verkostoitumiseen liittyvät jutut pois – Antaisin ihmisille mahdollisuuden valita yksinkertaisen, helpon kommunikaatiovälineen ja kaiken mahdollisen sisältävän tauhka-*

*kasan väliltä – Ulkomuotoa yksinkertaisemmaksi. Turhaa sisältöä pois (asioita, jotka eivät liity yhteyden pitoon) – hirveästi turhaa sälää, keskittyminen olennaiseen eli yhteydenpitoon ja omiin ystäviin, ‘oikeampaa’ kommunikaatiota.*

Facebookin **teknistä toimivuutta** koskevissa muutosehdotuksissa toistuvat huonojen puolten yhteydessä niin ikään esiin nostetut tökkiminen, jumittaminen, hitaus, bugit ja palvelun yleinen epävakaus. Käyttäjät panostaisivat siihen, että sivusto toimii sujuvammin ja luotettavammin ja että häiriöt ja viat korjataan nopeasti. Vastauksissa asetutaan kritisoi-maan palvelun teknistä tasoa – *tollasta kauheaa purkka-liima-viritystä, joka sekoilee ja on aina kyykyssä – tyytymättömän asiakkaan positiosta, jonka rajat ongelmien ratkaisemisessa pilkahtavat satunnaisesti näkyviin: Jos osaisin, niin sen toimivuutta muuttaisin. Kyllä noin ison sivuston tulisi toimia varmemmin – FB on lähiaikoina hidastunut huomattavasti (etenkin chat), sille jos jotain voisın tehdä, niin tekisin – Korjaisın ongelmät ja laittaisın sen toimimaan nopeammin (jos osaisin) – Enpä varmaan osaisi muuttaa mitään, mutta tökkii vieläkin melko usein; jospa joku muu osaisi.*

### **Muita muutostoiveita**

Kuutta merkittävintä muutoshalun kohdetta jo selvästi vähemmän mainintoja saaneista seikoista ensiksikin sivuston **chat- eli keskusteluominaisuuden** osalta kiinnitetään huomiota sen toimivuuteen, jossa on käyttäjien mielestä ongelmia. Chatia vaivaavien teknisten pulmien ratkaisemisen ohella muun muassa ryhmächatin lisääminen parantaisi joidenkin käyttäjien mielestä Facebookia selvästi.

**Ulkoasuun** kohdistuvissa muutostoiveissa toistuu uutissyötteen yhteydessäkin esiin nouseva halu pystyä itse muokkaamaan ja räätälöimään sivuston käyttöliittymää ja tässä tapauksessa tuunaamaan sen visuaalista ilmettä ‘omannäköiseksi’ käyttäjän henkilökohtaisten mieltymysten mukaan.

**Käyttöehtojen** osalta muutosta kaivataan useimmin käyttäjien kuvien omistusoikeuksiin ja tähän kytkeytyen Facebookin mahdollisuuksiin hyödyntää sivustolle lisättyjä kuvia omiin tarkoituksiinsa. Mielivallan sijaan perätään järkeä ja reiluutta eli sen periaatteen omaksumista, että

*käyttäjien kuvat on heidän omiaan, ei fb:n – käyttäjillä pitäisi olla täydet ja suojatut oikeudet sivustolle lataamaansa kuva- ja videomateriaaliin – ettei Facebookilla olisi oikeutta niihin kuviin, mitä ihmiset sinne lisäävät – ettei Facebookilla olisi oikeutta käyttää omia kuvia – Facebook ei saisi omia oikeuksia käyttäjien kuvamateriaaleihin, kuten nyt käsittääkseni tapahtuu – Mielestäni ihmisten omille tuotoksille pitäisi antaa enemmän oikeudellista suojaa, olipa ne sitten kuvaa tai tekstiä. En haluaisi nähdä omaa kuvaani Facebookin mainoksessa.*

Käyttöehtoihin liittyen kaivattiin myös takuuta siitä, että palveluun laitettujen sisältöjen poistuvat varmasti. Lisäksi tuotiin esiin täsmentämätön tarve parantaa sivuston tekijänoikeuskäytäntöjä sekä selkiyttää tapaa, jolla käyttöehdot ja niiden sisältö sivustolla esitetään. Pari vastaajaa halusi tehdä Facebook-tilin lopettamisesta helpompaa.

**Facebookin mainostamiskäytäntöihin** muutosta haluavista käyttäjistä moni mainitsi mainokset samassa yhteydessä pelien ja muiden sovellusten kanssa. Mainosten poistamista ei kuitenkaan esitetä läheskään samalla kielellisellä rehevyydellä ja tunteen palolla kuin millä sovellus- ja pelispämmi torpataan, vaan painokkaatkin sanankäänteet ovat usein melko lakonisia: *Vähentäisin mainosten määrää – Mainossälää vähemmäksi, kiitos – Rajoittaisin mainosten määrää – Mainoksia voisi vähentää rankalla kädellä – Vähemmän täysin turhaa mainontaa – Mainokset pois!*

Syynä maltillisuuteen saattaa olla sisäistetty tietoisuus kuluttajan aseman luonteesta ja rajoista, jotka muutamassa vastauksessa lausutaan myös julki: *Jos mainosten vähentäminen olisi mahdollista, niin sitä, mutta se ei ole – mainonnan pois, mikä on mahdotonta – Olisi kyllä parempi jos mainoksia ei ollut, mutta ne on luultavasti kaikkien maksuttomien sivustojen osa – Vähemmän mainoksia, mikä lieenee mahdotonta – Poistaisin mainokset, mutta sehän ei ole mahdollista – Haluaisin myös saada pois mainokset, mutta sehän on mahdotonta.*

Tämä – tarkastelutavasta riippuen (inho)realistinen, mukautuva tai alistuva – kuluttajan asenne ehkä selittää samalla sitä, että myös Facebookin huonoja puolia kuvaailtaessa mainokset saivat niukasti mainintoja verrattuna esimerkiksi siihen, kuinka usein peli- ja sovelluspämmi nimettiin sivuston huonoksi puoleksi. Toisaalta on muistettava – vaikka käyttäjät eivät tätä tuokaan julkilausutusti esiin – että verkkoympäristössä ja erityisesti

verkon sosiaalisessa mediassa viime mainittu nivoutuu itsessään osaksi viestinnän vertaisdynamiikkaa hyödyntävää mainostamista. Toisin sanoen voidaan pohtia, missä määrin roskan ja spämmin arvostelu on samalla itse asiassa 'mainoskriittikkiä'.

Ehdotetuista **uusista Facebook-toiminnoista** nostettiin useimmin esiin pikakommentointimahdollisuuksien laventaminen, ja erityisesti sivustolle toivottiin alaspäin peukuttavaa 'en tykkää' -nappia. Pari vastaajaa esitti myös 'seuraan'- ja 'olen pahoillani' -nappien lisäämistä, jotta pikakommentointiin saataisiin enemmän vivahteita.

Yksittäisinä ehdotuksina muiksi uusiksi toiminnoiksi mainittiin muun muassa päiväkirjatyyppinen toiminto, mahdollisuus saada tietää, mistä ihmiset tuntevat toisensa, kätevä tapa merkitä joitakin kavereita erityisseurattaviksi, paikannustietojen hyödyntäminen, oman ajankäytön hallintaväline, videopuhelut, kalenteritoiminto, tapa tarkistaa omaa profiilia katsooneet, ihmisiin tutustumista helpottavat palvelut, keskustelualustat ja itsekeskeistä viestintää suitsiva toiminto.

Kaiken kaikkiaan ehdotuksia uusiksi Facebook-toiminnoiksi tehtiin selvästi vähemmän kuin ehdotuksia muutoksiksi esimerkiksi uutissyötteeseen tai chat-ominaisuuteen. Tämä liittyy siihen, että muutostarpeita tunnistettiin ja niitä esitettiin pääosin asiakkaan – tai yleisemmin kuluttajan – asemasta. Siihen asettauduttaessa keskitytään tyypillisesti siihen, miten korjata, parantaa tai poistaa jo tarjolla olevia toimintoja sen sijaan, että pyrittäisiin keksimään jotakin kokonaan uudenlaista ja siten vaikuttamaan Facebookin luonteeseen palveluna myös rakenteellisemmalla tasolla.

Muutoksista jo oleviin **sekalaisiin toimintoihin** – pois lukien siis edellä erikseen tarkastellut sovellukset, uutissyöte ja chat – nostettiin useimmin esiin Facebookin sähköposti, jossa käyttäjiä häiritsee monikin seikka: se, että viestejä on vaikea hallinnoida, että niitä ei voi lähettää eteenpäin, että viestien vastaanottajamäärä on rajattu eikä vastaanottajia voi lisätä myöhemmin, että liitetiedostoja ei voi lähettää ja että lähetetyt viestit eivät tallennu palveluun.

Hajamainintoja muutoksiksi saivat myös kuvien jakaminen Facebookissa; tältä osin kiusasi eniten se, että kuvia ei voi ladata sivustolle täysikokoisina. Lisäksi muutostoiveina mainittiin parannukset hakujen tekemiseen

sekä muutokset fanisivujen luonteeseen, videoiden määrään, Facebookin lähettämien ilmoitusten määrään, tapahtumakutsujen lähettämistoimintoon, statuspäivitystoimintoon, kavereiden ehdottamistoimintoon palvelun sisällä (toiminnon lopettaminen) ja kaverimäärän rajoittamiseen.

Pienen määrän mainintoja saivat Facebookin oman läsnäolon vahvistaminen ja **ylläpitäjän vastuu**. Ylläpitäjän haluttaisiin soveltavan valvontavastuuta spämmiin, asiattomiin ryhmiin, ikärajoihin ja alaikäisten sivuihin, väärin profiileihin, identiteettivarkauksiin ja loukkaustapauksiin. Toisaalta Facebookille kaivattiin yleisemmin omia 'kasvoja' yrityksenä ja palvelun ylläpitäjänä – sitä, että yhteydenpito palvelun tarjoajaan olisi helpompaa, että käyttäjien mielipiteitä kuunneltaisiin tarkemmin ja että ongelmatapauksiin reagoitaisiin nopeammin. Lisäksi peräänkuulutettiin parempaa tiedotusta huijausyrityksistä sekä lisäinfoa toimintaperiaatteista ja tarkoituseristä. Myös selkeämpiä käyttöohjeita koskevat ehdotukset voidaan haluttaessa lukea Facebookin ylläpitäjän roolia koskeviksi muutostoiveiksi.

**Käyttäjien ja Facebookin käyttökulttuurin** muuttaminen nostettiin esiin parissakymmenessä maininnassa, mikä on vähän, jos määrää vertaa siihen, kuinka usein toisten käyttäjien tietäntyyppinen toiminta ja esiintyminen Facebookissa nimettiin sivuston huonoksi puoleksi.

Facebookin käyttäjiin ja käyttökulttuuriin kohdistuvat muutostarpeet sisältävät sivuston käyttäjämäärän huomattavan vähentämisen (*poistaisin puolet käyttäjistä – 95% käyttäjistä*), oman Facebook-suhteen muokkaamisen (*omaa suhtautumistani siihen – mjaah, ehkä enemmänkin tekisin itselleni työprofiilin, jotta vapaa-aika ja työ pysyisivät erillään – Blokkaisin sen työpaikaltani jotta en roikkuisi siellä koko aikaa!*) sekä puuttumisen yleisempään sivustolla olemisen ja toimimisen kulttuuriin. Viime mainitun osalta toistuvat huonojen puolten yhteydessä esiin tuodut sivustolla olemisen pinnallisuus sekä henkilökohtaisten asioiden paljastelu ja muu typerä käytös, joihin haluttaisiin muutosta.

Huomiota kiinnittää, että Facebookille palveluna annetaan näissä yhteyksissä usein synninpäästö, eikä teknisiä tai sivuston rakenteeseen ja/tai toiminnallisuuksiin liittyviä muutosehdotuksia vakavissaan edes esitetä. Facebookin sijasta kun muutosta tuntuisi varsinaisimmin kaipaavan 'ihmisluonto': *Ei kunnioiteta omaa eikä toisten ihmisten yksityisyyttä. Se ei*

*kuitenkaan ole Facebookin vika – tekisin siitä aidomman ja aikuisemman. Mutta en voi, sillä fb = sen käyttäjät – Turhat paineet ihmisillä luoda itsensä ‘oikea’ kuva siellä – mutta se ei taida olla sovelluksesta kiinni vaan inhimillinen asia :).*

Käytännössä ihmisen – ja samalla myös käyttäjän itsensä – universaaleiksi miellettyjen lajiominaisuuksien kuten tyhmyyden ja uteliaisuuden muuttaminen kuitenkin näyttäytyy mahdottomana. Kuten yksi vastaaja aprikoi yleistä Facebook-kulttuuria ja omaa suhdettaan sivustoon:

*En osaa sanoa mitä facebookissa, mutta facebook-kulttuurissa olisi muutettavaa. Tosin sitä ei voi muuttaa, koska se on ihmisten tyhmyydestä johtuvaa. Kai sieltä pitäisi poistua kun ärsyttää, mutta toisaalta se on kätevä tapa pitää kavereihin yhteyttä niin ei viitsi. Ja kai sitä on vähän uteliaskin kuitenkin.*

## **Yksityisyysasetuksia tiukentamassa**

Vaikka Facebookin yksityisyysasetusten monimutkaisuus ja hankaluus saavat käyttäjiltä kirpeää arvostelua, huomattavan monet ovat nähneet asetuksiin puuttumisen vaivan. Monivalintakysymykseen ‘oletko tehnyt muutoksia Facebookin yksityisyysasetuksiin?’ vastasi myöntävästi neljä viidestä vastaajasta (80,4 %), ja lähes kolme neljästä vastaajasta (73,9 %) täsmensi sanallisesti, millaiset omat yksityisyysasetukset kyselyhetkellä olivat.

Yhdeksi merkittäväksi käyttäjiä erottelevaksi seikaksi nousee se, kuinka avoimesti profiilitiedot sekä sivustolle itse lisätyt materiaalit tai sisällöt ovat toisten verkon ja Facebookin käyttäjien nähtävillä – so. *kuinka julkisesti käyttäjä Facebookissa on*. Vastaukset ryhmiteltiin koodausvaiheessa aluksi ‘avoimuusasteikolle’, joka ulottui tietojen täydestä julkisuudesta, tuntemattomia koskevien näkyvyysrajoitusten ja kavereiden kavereille näkymisen kautta pelkästään kavereihin rajattuun näkymiseen.<sup>65</sup> Asteikolla

---

65 Koodauksessa sovellettiin tältä osin seuraavaa aineistolähtöistä luokittelua: julkinen profiili – tuntemattomat eivät näe profiilia tai osaa siitä – verkostot – kavereiden kaverit – vain kaverit – tietojen näkyminen rajattu tietyille ryhmälle tai estetty tietyltä ryhmältä – tietojen näkyminen estetty tietyiltä

on vaihtelua myös siinä, mitä asioita ja/tai kenelle yksityisyysasetuksia säätämällä halutaan näyttää tai olla näyttämättä. Lisäksi joukossa on melkoisesti mainintoja, joissa tuodaan esiin, että käyttäjän tiedot tai tietyt osat niistä eivät näy häntä itseään lukuun ottamatta kenellekään.<sup>66</sup>

Vastauksista katsottiin erikseen, minkä tietojen, materiaalien tai *sisältöjen osalta kaveriksi hyväksytyjen joukossa* on tehty yksityisasetusten muutoksia: kohdistuvatko muutokset valokuviin, statuspäivityksiin, profiilitietoihin, seinään, videoihin, sovelluksiin, muistiinpanoihin vai online-näkyvyyteen. Lähempään tarkasteluun otettiin myös *kaverilistalaisten sisäinen ryhmittely* eri tietoja ja sisältöjä näkeviin 'osayleisöihin'.

Edellä mainittujen kategorioiden lisäksi koodauksessa erotettiin Facebookiin kohdentuvat yksityisasetusten muutokset, joista syntyivät luokat *haku*, *mainokset* ja *sovellukset* sekä Facebookiin *palveluntarjoajana kohdistuvat* rajoitukset. Oma melko huomattava luokkansa ovat vielä ne yleisluontoisesti muotoillut vastaukset, joissa yksityisyysasetuksiin kerrotaan tehdyn muutoksia, mutta jätetään täsmentämättä, millaisista muutoksista on kyse.

Lisäksi joukossa on nelisenkymmentä vastausta, joissa ei muisteta, miten omia yksityisyysasetuksia on muutettu. Vastauksista pariakymmentä ei ollut mahdollista koodata.

Yleishuomiona käyttäjien yksityisyysasetuksiinsa tekemistä muutoksista voi todeta, että lähtökohtana on lähes aina – myös silloin kun muutoksia ei täsmennetä – asetusten tiukentaminen: niiden 'rajaaminen', 'kaventaminen', 'kiristäminen', 'tiukemmalle ruuvaaminen' ja 'privaatimmaksi' tai 'yksityisemmäksi' tekeminen sivuston oletustasosta. Tehdyt muutokset toisin sanoen heijastelevat Facebookin huonojen puolten ja siihen kohdistuvien muutostoiveiden yhteydessä esiin tuotua huolta yksityisyyden suojaamisen ongelmista ja omista puutteellisista mahdollisuuksista vaikuttaa asiaan. Voisikin kiteyttää, että Facebookin yksityisyysasetuksia käytetään

---

henkilöitä – tietoja poistettu tai kertoo vain vähän tietoja – tiedot eivät näy kenellekään muulle.

66 Vastauksia tarkasteltaessa on muistettava, että verkkokyselyn ajankohtana helmi–maaliskuussa 2010 Facebookin käyttäjätiedoista nimi, profiilikuva (jos sellainen käytössä) ja fanittamisen kohteet olivat kaikille verkossa liikkujille näkyviä tietoja, ja tätä oletusasetusta käyttäjien ei ollut mahdollista muuttaa. Ks. McKeonin (2010) havainnollistus Facebookin oletusasetusten muuttumisesta vuosina 2005–2010.

nimenomaisesti 'näkyvyyden rajoittimina' pyrkimyksissä piirtää yksityisen ja julkisen raja omakohtaisesti sekä jyrkemmäksi että moniportaisemmaksi palveluntarjoajan itsensä määrittelemästä. Tai toisin: käyttäjät yrittävät pystyttää yksityisyysasetuksilla niitä seiniä, joiden he kokevat sivustolta puuttuvan. Samalla asetuksia säätämällä pyritään hallinnoimaan omaa yleisöä Facebook-ympäristössä.

Maininnat, joissa näkökulmana on avoimuuden ja näkyvyyden rajoittamisen sijasta omien tietojen mahdollisimman laaja julkisuus, vahvistavat poikkeuksina asetusten tiukentamissäännön. Tällaisia mainintoja on avovastausjoukossa yhteensä parikymmentä, ja niistäkin osassa 'täyteen julkisuuteen' esitetään jokin varaus: *kaikki saavat nähdä kaikki – Kaikki tiedot ovat kaikkien näkyvillä – Periaatteessa kaikki mitä laitan Facebookiin on julkista. Tapauskohtaisesti rajoitan – Kaikki voivat nähdä ne tiedot, jotka eivät ole kuvia tai videoita – En itseasiassa muista, ainakin kaikki pitäisi näkyä kaikille.. – Tietoni löytää muualtakin Internetistä melko helposti ja on hyvä, että ne ovat nopeasti saatavilla jos jollain on tarve ottaa yhteyttä – En ole varma olenko tehnyt, en muista. Mutta kaikki tiedot ovat mahdollisimman julkisesti näkyvillä, ei syytä salata niitä – suurin osa julkaisemistani albumeista saa näkyä FB:n ulkopuolisillekin – Ainakin menen nyt tarkistamaan, että onhan tarpeeksi julkista kaikki. haluan olla muiden tavoitettavissa.*

Vastakohdaksi täydelle avoimuuslinjalle asettuu se huomattavasti suurempi, vajaan sadan maininnan joukko, jossa yksityisasetuksia kerrotaan muutetun niin, että käyttäjän tiedot tai osa niistä 'eivät näy kenellekään muulle'. Tavallisimpia vain itselle näkyviä tietoja ovat omat henkilötiedot ja henkilökohtaisiksi mielletyt tiedot (esim. syntymäaika, yhteystiedot, parisuhdestatus, uskonnollinen vakaumus, poliittinen kanta) sekä kuvat. Henkilökohtaiset tai henkilöyteen liittyvät tiedot ovat tavallisesti kyseessä myös, kun itsestä kerrotaan vain vähän tai kun tietoja on poistettu jälkeinpäin. Tällaisia mainintoja on avovastausjoukossa kaikkiaan viitisenkymmentä, joista runsas kaksikymmentä ensimmäisiä tai ainoita mainintoja.

Myös silloin, kun tehtyjä muutoksia luonnehditaan suhteessa 'tuntemattomiin', 'ulkopuolisiin', 'vieraisiin', 'satunnaisiin vierailijoihin' tai 'ei-kave-reihin', kyse on käytännössä tiukimpien käyttäjille mahdollisten yksityisyysasetusten soveltamisesta. Näissä tapauksissa näkyvissä ovat yleensä



vain oletusasetusten vaatimat käyttäjän nimi ja profiilikuva. Muutamissa näistä maininnoista tosin huomautetaan erikseen, että tuntemattomat voivat pyytää kaveriksi ja lähettää viestin. Tuntemattomilta näkymän rajoittaminen tai sulkeminen omiin profiilitietoihin tai osaan niistä tuodaan esiin huomattavan usein; tällaiseen asetusmuutokseen viitataan vastauksissa yhteensä yli 400 kertaa, joista runsaat 260 on ensimmäintoja.

Selvästi yleisimmin esiin tuotu yksityisyysasetusten muutos koskee kuitenkin oman profiilin ja tietojen rajoittamista näkymään vain kavereiksi hyväksytyille. Tämän muutoksen tekemisestä mainitsee lähes 750 vastaajaa, ja valtaosa maininnoista tuodaan esiin ensimmäisenä tai ainoana. Samaan aikaan omien kaverilistalaisten joukossa on tavallista tehdä rajauksia eri tietojen näkymisessä; tällaisia säätöjä sanoo tehneensä yli 500 vastaajaa. Yleistä on myös kaveripiirin sisäinen ryhmittely eri asioita näkeviin 'osayleisöihin': lähes 200 vastaajaa tuo esiin joko rajoittaneensa tietojensa näkymistä tietyiltä ryhmiltä tai rajanneensa tietojaan näkymään vain tietyille ryhmille.

Kavereiden kavereihin tietojensa näkymisen sanoo ulottaneensa runsaat sata vastaajaa. Yhteensä vajaat sata mainintaa saa näkymisen rajoittaminen tietyiltä yksittäisiltä henkilöiltä.

Omien tietojen verkko- tai Facebook-hakua koskevia asetuksia mainitsee tiukentaneensa hieman yli 90 vastaajaa.

Kolmisenkymmentä vastaajaa on tehnyt tiukennuksia sovellusten asetuksiin, ja vajaa kaksikymmentä sanoo muuttaneensa asetuksia siltä osin kuin ne koskevat Facebookin itsensä mahdollisuuksia hyödyntää omia käyttäjätietoja. Tusinan verran mainintoja saa puuttuminen yksityisyysasetuksilla mainoksiin.

### *Näkymisen rajoitukset*

Kun katsotaan lähemmin, mihin **tietoihin, sisältöihin tai materiaaleihin kohdistuvia rajoituksia on tehty omalla kaverilistalla**, ei tule yllätyksenä, että selvästi tavallisinta kaveriksi hyväksytyjen joukossa on rajoittaa valokuvien näkymistä. Kuvien näkymistä rajoittavien asetusmuutosten tekeminen saa avovastauksissa yhteensä selvästi yli 200 mainintaa, joista runsaat 60 on ensimmäintoja. Toinen merkittävä rajoitusten kohde ovat statuspäivitykset, joiden näkymisen tiukentaminen asetuksilla mainitaan

yli 130 kertaa. Profiilin tai profiilitietojen näkymisen rajoittaminen kaverilta tulee mainituksi yli 70 kertaa ja seinän sulkeminen näkyvistä noin 50 kertaa. Videot (jotka tulevat mainituiksi aina yhdessä valokuvien kanssa), sovellukset, muistiinpanot, online-näkyvyys ja perustietojen näkyminen saavat kukin puolisen tusinaa mainintaa Facebook-elementteinä tai -sisältöinä, joiden näkymistä on tavalla tai toisella rajoitettu omilta kavereilta.

Käyttäjät säätävät profiilitietojensa, kuviensa ja päivitystensä näkymistä eri tavoin sen mukaan, kuinka läheiseksi tai etäiseksi he kokevat suhteensa Facebook-kaveriksi hyväksymiinsä ihmisiin. Yksityisyysasetuksia hyödynnetään tähän perustuvien ryhmittelyjen tekemiseksi kaverilistalaisten joukossa; usein pyrkimyksenä on samalla taata eri ihmisten kanssa haluttuunlainen viestintäyhteys. Näkökulma tehtyjä asetusmuutoksia luonnehdittaessa vaihtelee sen mukaan, korostetaanko sitä, että omia tietoja halutaan näyttää joillekin tietyille ryhmille vai painotetaanko pikemminkin sitä, että tietoja tai osaa niistä ei haluta näyttää tietyille ryhmille.

Osa käyttäjistä luonnehti soveltamaansa **kaveripiirin sisäisen ryhmittelyn** periaatetta yleisin sanakääntein, osa valottaa samassa yhteydessä myös sitä, minkä sisältöjen hän haluaa minkäkin ryhmän näkevän: *luotu ryhmiä jotka näkevät eri asiat – Olen luonut erilaisia käyttäjäryhmiä, joilla on eri oikeudet nähdä tietojani/profiiliani – Ystävät ryhmitelty useaan eri ryhmään, joille on omat yksityisyysasetukset. Siis ns. hierarkia, jossa ‘ylempänä’ olevat näkevät paljon, ‘alempana’ olevat vähän – Minulla on neljä erilaista tasoa, miten kaverini näkevät profiilini. Osa näkee enemmän, toiset vähemmän, jotkut eivät juuri mitään – Olen jakanut FB-kaverini eri ryhmiin, joista osa näkee kaikki tietoni, osa vain rajatusti (esim. ei statussia eikä kaikkia kuvia) – minulla on kolme eri ryhmää kaverissa: ne, jotka näkevät kaiken, ne, jotka näkevät vähän vähemmän, ja ne, jotka näkevät vain perustiedot, eivät esim. statuspäivityksiä – Olen jakanut kaverit kolmeen ryhmään, joista ensimmäiseen kuuluvat näkevät kaiken, toiseen ryhmään kuuluvat eivät nää kuvia ja kolmanteen ryhmään kuuluvat eivät oikeastaan näe kuin infon ja seinän, joskaan ei seinältä statuspäivityksiä – Olen luonut ryhmiä, joiden avulla voin helposti rajata ketkä ystävistäni näkevät kunkin statuspäivityksen, kuvan, videon.*

Vallitseva lähtökohta kaverilistalla olevien sisäisessä ryhmittelyssä on, että kaiken tai suurimman osan näkevät ‘vain lähimmät kaverit’ tai ‘vain ystävät’, ja lähipiirin ulkopuolisille tietoja ja sisältöjä näytetään

vaihdellen: olen luonut listoja, joihin eri kaverit kuuluvat. Eri listat näkevät eri asioita profilistani. Esim vain läheisimmät kaverini näkevät statuspäivitykseni, seinäkirjoitukseni ja muita tietojani – Minulla on aika tarkat listat, kuka mitään näkee. Reilusta kahdestasadasta jäsenestä vain murto-osa näkee esim. kaikki valokuvat ja seinäni – Olen jakanut eri tietojen, statuksen, applikaatioiden, kuvien, feedin ym. näkyvyyden erilaisiin ryhmiin. Vain neljällä ihmisellä on rajoittamaton pääsy tietoihini, joskin he eivät kaikki kuitenkaan näe täyttä feediä. Sitten on ihmisiä, joita en tunne hyvin, he eivät näe kuin tiettyjen applikaatioiden feedit. Ja sitten on vielä kaikkia mahdollisia eri tasoja ja ryhmiä, jotka kaikki näkevät profiilini ja feedini erilaisena.

Osa käyttäjistä muotoilee yksityisyysasetuksiin tekemänsä muutokset tuomalla esiin, että omien tietojen ja materiaalien näkymistä on rajoitettu tietyiltä ryhmiltä. Rajoittamiseen viitataan joko yleisesti tai nimeämällä lähemmin se ryhmä tai ryhmät, joiden ei halua näkevän tiettyjä (esimerkiksi arkaluontoisiksi mieltäviä) asioita. Viime mainittuihin ryhmiin kuuluvat tyypillisesti osa sukulaisista, entiset opettajat ja työnantajat sekä hyvän päivän tutut, joita saattavat olla esimerkiksi pelikaverit: Olen luonut listan ihmisistä jotka näkevät minusta vähemmän tietoja kuin muut – Olen luonut pari ystäväryhmää, joille olen antanut rajoitetut oikeudet profiiliini – Määritellyt eri ryhmien oikeuksia profiiliini suhteen. Esim. entisille opettajille ja sidosryhmä-ihmisille ei tarvitse kaiken näkyä... – Olen tehnyt A- ja Ö-listan kavereistani. Ö-lista (=isä, sedät, tädit ja ei-oikeat kaverit) ei näe minusta tögättyjä kuvia, eikä statuksiani – Piilottanut sukulaisilta parisuhdestatukseni ja kaikki kuvani lukuunottamatta muutamaa neutraalia kuvaa. Olen suhteessa samaa sukupuolta olevan henkilön kanssa – olen tehnyt kaksi ryhmää, status-block ja photo-block, joihin laitoin sellaisia puolittutuja, joiden kanssa en kaikkea halua jakaa – Olen perustanut puolittut-ryhmän jotka eivät näe minusta kaikkia tietojani – Hyvänäpäiväntutut eivät näe läheskään kaikkia tietojani. Henkilöt, jotka olen lisännyt pelien vuoksi, eivät näe oikeastaan yhtään mitään.) – olen muuttanut asetuksia niin, etteivät minulle tuntemattomat ihmiset, lähinnä pelitut (eli FB-ystäväni, joita en oikeassa elämässä tunne), näe esim. osoitettani tai työpaikkaani.

Kun omaa näkymistä halutaan rajoittaa yksittäisiltä henkilöiltä, kyseessä on yleensä entinen poika- tai tyttöystävä tai nykyisen seurustelukumppanin 'exä', joku perheenjäsen, muu sukulainen, yhteisökaveri,

esimies, työkaveri, asiakas, ahdistelevaksi osoittautunut kaveri tai liiallista kiinnostusta käyttäjän asioihin osoittanut puolittutu.

Yksi vastaaja valottaa perinpohjaisesti omaa ryhmittelyperiaatettaan esimerkittäen samalla keitä eri ryhmiin sen pohjalta kuuluu ja mitä kuhunkin ryhmään kuuluva saa hänen tiedoistaan ja materiaaleistaan nähdä. Kuvaus osoittaa, kuinka kiinteästi Facebook-viestintä nivoutuu käyttäjän sosiaalisen elämän kokonaisuuteen. Toisaalta se havainnollistaa, että halutunlaisen viestintäsuhteiden asetelman ylläpitäminen verkkoympäristössä vaatii paneutumista ja erityistä vaivannäköä:

*Olen jakanut ystäväni useampaan ryhmään: Group 1. näkee profiilini perustiedot, harrastukset, asuinpaikan, lemmikkikuvia, iän ym. ns. 'neutraalia tietoa'. tähän ryhmään kuuluvat mm. luokka- ja työkaverit, vanhemmat, sukulaiset, perhetutut ym. joille en halua kertoa itsestäni mitään kovin henkilökohtaista. Group 2. on ihmisille, jotka tietävät minut tai tuntevat minua hieman paremmin, ja joille haluan kertoa enemmän itsestäni. He näkevät jotkin statuspäivitykseni (päättän tapauskohtaisesti), ryhmät joihin kuulun, joitakin kuva-albumejani. Tähän ryhmään kuuluu pääasiassa järjestötoiminnan ja nettifoorumien kautta tuttuja ihmisiä. Osaa en ole tavannut henkilökohtaisesti, mutta koen silti heidät 'tutummiksi' kuin monet irl-tutut. Group 3. (oli aiemmin nimeltään 'elämässäni mukana') Tähän ryhmään kuuluvat ihmiset näkevät suurimman osan fb-sisällöstäni. Esim. poikaystäväni, läheisimmät ystäväni jne. Ryhmään kuuluu ihmisiä, joiden seuraamisen koen mielekkääksi ja joille haluan jakaa ajatuksiani ja tunteitani ja joita haluan pitää kartalla jokapäiväisen elämäni tapahtumista. Lisäksi minulla on erikseen ryhmä sukulaisille, lapsuusperheelle, polyperheelleni (yhteisö, joka on aikuisiän perheeni) ja luokkakavereilleni. Filteröin esim. tiettyjen kuva-albumien tai statuspäivitysten näkymistä niin, että saatan osoittaa ne vain näille ryhmille. Esim. jotkut lapsuuskuvani näkyvät vain vanhemmilleni ja sisaruksilleni + polyperheelleni, eli kaikista läheisimmille ihmisilleni, ja joitakin päivityksiä jotka koskevat opintoja saatan päivittää näkyviksi vain luokkakavereille.*

Kun käyttäjät tuovat esiin, että omien tietojen ja sisältöjen laaja näkyminen ulottuu **kavereiden kavereihin**, 'julkisuuspiiriin' määrittely ilmaistaan usein niin, että myös kaverit tulevat samalla mainituiksi: *kavereille ja*

*kavereiden kavereille sallin pääsyn oikeastaan kaikkeen – kaverit ja kaverinkaverit näkevät mut – melkein kaikki näkyvissä vain ystäville tai ystävien ystäville – kavereille ja kavereiden kavereille – Suurinta osaa tiedoista pääsevät katsomaan kaverit sekä kavereiden kaverit. Erityisenä mainintana saattaa olla, että kavereiden kavereille näytetään kuvat, usein tällöinkin 'kavereiden lisäksi': kuvat myös kavereiden kavereille – kuvat näkyvät vain ystäville ja heidän ystävilleen – kuviani voi nähdä vaan minun kaverit ja niiden kaverit – Suurinta osaa kuvista ei näe kuin kaverit tai kavereiden kaverit – Valokuvani näkee vain kaverit ja kaverien kaverit – Kuvani eivät näy kuin ystävilleni tai heidän ystävilleen.*

Useimmiten kavereiden kavereiden pääsyä omiin tietoihin on kuitenkin tavalla tai toisella rajoitettu, ja tähän viitattaessa on tavallista lausua julki kaverilistalla olevien laajempi ryhmittelyhierarkia ja sen soveltaminen eri sisältöjen näkymiseen: *Vain ystävät näkevät kaiken, ystävien ystävät pienen osan ja muut eivät löydä haulla – minun sivuni näkyvät vain kavereille, jotkut asiat kaverien kavereille – Suurin osa asioista näkyy vain ystävilleni, jotkut asiat näkyvät ystäväni ystäville – Vain kaverit ja kavereiden kaverit näkevät olemassaoloni facebookissa ja vain kaverit näkevät tarkempia tietoja minusta – Kavereille omat asetukset, kavereiden kavereille hiukan tiukemmat ja muille erittäin tiukat – Vain ystävät näkevät kaiken, ystävien ystävät pienen osan ja muut eivät löydä haulla – Periaatteessa ystävät näkevät kaiken ja ystävien ystävät valokuvat, muistiinpanot yms. epäoleelliset – Kaikki kaverini näkevät kaiken profiilissani, kaverien kaverit eivät näe kaikkea ja kokonaan ulkopuoliset hyvin vähän.*

Huomattavasti harvemmin tuodaan esiin, että omien tietojen ja materiaalien näkyminen nimenomaisesti pyritään estämään kavereiden kavereilta: *kaverien kaverit pois – kavereiden kavereille ei näy mitään – En näytä mitään kaverien kavereille – Kavereiden kavereilla ei ole asiaa mun profiiliin – Kaverieni kaverit eivät näe kuviani – Ei näyttöä kaverien kavereille – Haluan pitää oman sivuni ja estää mm. kavereiden kavereiden pääsyä sivulle. Ei tunnu onnistuvan kaikilta osin.*

## **Omien tietojen turvaaminen**

**Hakutoimintoihin** kohdistuvia yksityisyysasetusten muutoksia on kahta tyyppiä: käyttäjän Facebook-näkymisen piilottaminen Googlen tai muiden hakukoneiden hauissa yhtäältä ja oman profiilin piilottaminen Facebookin sisäisessä haussa toisaalta. Selvästi tavallisempia ovat pyrkimykset

rajoittaa yleisiä hakukonehakuja, sillä kaksi kolmasosaa maininnoista koskee niitä; kolmanneksesta voi päätellä rajoittamisen koskevan Facebookin omaa hakutoimintoa.

Merkillepantavaa on, että kielelliset muotoilut henkivät kautta linjan luottamusta siihen, että asetussäättöjen tiukentaminen suhteessa yleisiin hakukoneisiin myös toimii toivotusti: *en näy hakupalveluissa – en näy hakukoneiden tuloksissa... – Hakukoneet eivät saa mitään tietoja – estänyt hakukoneella löytymisen – hakukoneet eivät profiiliani löydä – hakukone ei löydä minusta tietoja – Hakukoneet eivät löydä minua FB:sta – kukaan ei pysty löytämään minua esim googlella – hakukoneet eivät voi löytää facebook-tietojani – Olen estänyt tietojeni löytymisen googlesta.*

Vastauksissa ei toisin sanoen näy jälkeäkään uhkakuvista, joita kriittiset tutkijat ovat maalailleet hakukoneiden ja sosiaalisten verkostosivustojen välisestä tietojen vaihdosta.<sup>67</sup> Poikkeuksellisesti esiin saattaa häivähtää epäily hakutoimintoihin kohdistuvien asetusrajoitusten pitävyydestä: *hakukoneiden ei pitäisi löytää minua – hakukoneet eivät pääse käsiksi hakutuloksiin (toivottavasti!).*

**Sovellusten** ja erityisesti pelien tuottaman 'spämmisisällön' mittavasti heittäjät ja vahvan kielteiset tuntemukset eivät saa vastinetta pyrkimyksistä vaikuttaa niihin Facebookin asetuksia muokkaamalla. Sovellusasetuksia kertoo muuttaneensa runsas kolmekymmentä vastaajaa, ja heistä noin tusina mainitsee muutoksen ensimmäisenä. Sovelluksilta halutaan yleensä estää omien tietojen saaminen ja levittäminen tai torjua niiden itselle lähettämät viestit; jotkut mainitsevat poistaneensa sovellukset kokonaan. Myös nyt huomiota kiinnittää, että ainakin puhutavan tasolla asetusmuutosten pitävyyteen enimmäkseen luotetaan: *Karsittu erityisesti sovelluksille sallittavaa tietoa profiilista – rajoittanut sitä mitä tietoja minusta erinäiset sovellukset saavat kerätä – Rajoittanut eri sovellusten saamia tietoja minusta ja networkistani – yritin estää sovellusten saamaa tietomäärää – Jaan mahdollisimman vähän tietoa kaikenmaailman huuhaa-applica-tioneille – Kaikilta sovelluksilta on kielletty pääsy kaikkiin tietoihin – olen rajannut aika paljonkin sitä, mitä ohjelmat voivat tiedoistani käyttää – En anna minkään sovelluksen käyttää tietojani luvatta – Estänyt suurimmalta osalta ohjelmista pääsyn profiiliin ja kieltänyt kuvieni käytön. Myös kieltänyt kaikelta sähköpostin lähettämisen – eivätkä sovellukset saa lähettää*

---

67 Ks. esim. Zimmer (2008).

*tietoja minusta muille – Olen myös estänyt tiettyjä sovelluksia – millään 3rd party appsilla ei ole lupa julkaista seinälläni mitään tai lähetellä viestejä – turhien Facebook-sovelluksien poisto – ennen käytin eri sovelluksia lähinnä testien tekemiseen mutta olen estänyt ne myöhemmin.*

Yksityisyysasetusten muutoksista vain jokunen koskee rajoituksia **Facebookin itsensä mahdollisuuksiin hyödyntää käyttäjien tietoja**: *olen estänyt joidenkin tietojen liikkumisen kolmansille osapuolille – Tietojani ei saa käyttää mihinkään, minkä voi erikseen kieltää – Pyrkinyt estämään esim. sähköpostiosoitekirjani käytön – estänyt tietojen käyttöä.*

Useammille asetusten muutos tarkoittaa tässä yhteydessä sitä, että Facebook ei lähetä omaan sähköpostiin viestejä tai käyttäjän nimissä ei lähde viestejä tämän kavereille: *En ota sähköpostiin ilmoituksia, jne. – eikä lärvikirja lähetä sähköpostiini mitään – rajannut mitä automaattisia ilmoituksia FB lähettää ystäville – facebook ei lähetä mistään ‘tapahtumasta’ minulle sähköpostia – estänyt kaikki automaattiset julkaisut/postaukset – sähköpostia ei lähetetä jos fb:ssä tapahtuu jotain – ei FB-viestejä omaan sähköpostiin.*

Yksityisyysasetuksilla **mainoksiin puuttumisen** määrä vertautuu niukkuudessa mainosten saamaan vähäiseen huomioon Facebookin huonona puolena tai muutoshalun kohteena. Tusinasta mainosten rajoittamiseen viittaavasta maininnasta kaksi on ensimmäintoja. Mainokset on joko kielletty kokonaan tai omien kuvien ja tietojen käyttäminen mainostarkoituksiin on haluttu estää: *Olen myös estänyt kaiken mainonnan järjestelmän kautta – näkyminen mainoksissa kielletty – facebook ei saa käyttää minun kuvaani mainostarkoituksissa – Kuvien käytön kieltäminen esim. mainoksissa – eikä mainostajille mene infoa – mahdollisuuksien mukaan estot kaikkiin mainoksiin liittämisiin – olen yrittänyt estää kuvieni käytön facebookin mainoksista, jos se nyt kunnolla onnistuu.*

## **Asemansa rajat tunnistava ilmaisiasiakas**

Kun tarkastellaan, mitä mieltä käyttäjät ovat Facebookin käyttöehdoista, kannattaa huomata, että harvempi kuin kaksi viidestä vastaajasta halusi ylimalkaan kertoa niistä kantansa. Vähäistä vastausintoa on mahdollista

tulkita itsessään merkinä käyttöehtoihin suhtautumisesta – esimerkiksi niiden annettuna ottamisesta tai samantekevyydestä käyttäjille. Toisaalta vastausten vähäisyys saattaa johtua osin myös siitä, että käyttöehtoja koskeva kysymys sijoittui huomattavan laajan verkkokyselyn loppuun.

Vastausjoukosta erottuu kolme selvästi muita enemmän mainintoja saavaa suhtautumistapaa Facebookin käyttöehtoihin. Ensiksikin, ja oletettavasti osin johtuen käyttöehtojen luonteesta verkkoympäristön omistussellis-juridisen hallinnoinnin välineenä, *Facebookin toiminta palveluntarjoajana ja yrityksenä* nousee vahvasti esiin. Tähän rooliin otetaan kantaa monen asian yhteydessä ja monella tasolla huomion ulottuessa Facebookin oikeuksista käyttäjien materiaaleihin ja sen motiiveista tai tarkeitusperistä yrityksenä aina mainostamiseen ja käyttöehtojen lainvoimaisuuteen Suomessa. Palveluntarjoajan asemaan enemmän tai vähemmän suoraan liittyviä mainintoja on avovastausjoukon kaikista maininnoista yli neljäsosa (26,8 %) sitä koskevien ensimmäinöjen osuuden ollessa runsas viidennes (21,3 %).

Toinen huomattava mielipidekeskittymä liittyy Facebookin *käyttöehtojen hyväksyttävyyteen*. Käyttöehdot joko varauksitta tai kriittisin lisäkommenttein hyväksyviä mainintoja on yhteensä noin viidesosa (20,5 %), ja ensimmäinnoista niiden osuus on noin neljännes (25,7 %). Käyttöehdot hyväksyvien mainintojen ryhmään on tässä luettu myös ne lukumääräisesti harvat maininnat, joissa tuodaan esiin, että Facebookin käyttöehdot ovat muuttuneet paremmiksi.

Kolmatta yleistä tapaa suhtautua Facebookin käyttöehtoihin voidaan luonnehtia *välinpitämättömäksi*. Tähän joukkoon on sisällytetty maininnat, joissa kerrotaan, että sivuston käyttöehtoja ei tunneta, joissa niistä ei olla mitään mieltä tai joissa niitä pidetään merkityksettöminä; välinpitämättömyyden ilmentymiksi on tulkittu myös kanta, että käyttöehtoja ei lue kukaan. Jos mukaan otetaan myös ne viitisenkymmentä vastausta, joissa ei osata sanoa mitä mieltä käyttöehdoista ollaan, välinpitämättömästi suhtautuvia kantoja on kokonaismaininnoista noin joka kuudes (16,5 %), ja niiden osuus ensimmäinnoista on viidennes (20,6 %).

Loput kymmenkunta suhtautumistapaa saavat huomattavasti vähemmän sekä kokonais- että ensimmäinöitä. Lähes joka kymmenes käyttöehtoja koskevasta maininnoista (9,1 %) koski sitä, että ehdot ovat *vaikeasti*



*ymmärrettävät tai vaativat perehtymistä*, ja yli kymmenesosa maininnoista oli ensimmäinen (10,9 %). Noin kuudessa prosentissa maininnoista tuotiin esiin, että käyttöehdot ovat *huonot tai kaipaavat parannuksia*, ja ensimmäisenä tämä todettiin 7,8 %:ssa maininnoista.

Runsas neljä prosenttia maininnoista liittyi Facebookin käyttöehtoja koskevan käsityksen tai mielikuvan *vaikutuksiin omaan toimintaan sivustolla*. *Yksityisyydensuoja ja tietoturva* nousivat esiin niin ikään noin neljässä prosentissa käyttöehtoja koskevista maininnoista, ja *käyttäjän omaa vastuuta* peräänkuulutettiin kaikista maininnoista muutamassa prosentissa.

Yhteensä parin prosentin verran mainintoja keräsi se, että Facebookin käyttöehdot *muuttuvat koko ajan* ja yleensä huonompaan suuntaan. Suunnilleen yhtä usein tuotiin esiin *vaikeus lopettaa Facebook-tili tai poistaa lisättyjä tietoja*.

Puolesta tusinasta enimmillään yhteensä pariinkymmeneen mainintaan ja puolesta prosentista noin prosentin osuuteen maininnoista saivat *tiedotus ja/tai keskustelu käyttöehdoista, käyttöehtojen valvonta, käyttöehtojen yleinen tai amerikkalaisuutta henkivä lakitekstimäisyys*. Joukossa oli myös joitakin kertoja esiin tuotuja yksittäisiä asioita. Kolme vastausta piti sisällään Facebookin käyttöehdot kokonaan hylkäävän kannan. Kuutta vastausta ei voitu koodata.

Huomattakoon, että osassa käyttöehtojen vaikeaa ymmärrettävyyttä, niiden yleistä huonoutta ja muuttumista sekä tilin tai tietojen poistamisen hankaluutta koskevia mainintoja otetaan samalla usein vähintään epäsuorasti kantaa myös Facebookin toimintaan palveluntarjoajana. Toisaalta voi panna merkille, että kyse on monesti käyttöehtojen varsinaisen kommentoinnin sijasta pikemminkin sivuston tiettyihin piirteisiin tai toiminnallisuuksiin kohdistuvista tyytymättömyyden ilmauksista.

Tarkastelen seuraavassa lähemmin kolmea keskeisintä suhtautumistapaa Facebookin käyttöehtoihin, ja esitän muista lähinnä niihin suhteutuvia tai aiemmissa luvuissa esiin tuotuun liittyviä hajahuomioita. Liikun tarkastelussa välinpitämättömyyttä ilmentävästä asenteesta käyttöehdot hyväksyvän suhtautumisen kautta kantoihin, joissa käyttöehtoihin suhtaudutaan tavalla tai toisella kriittisesti ja/tai tunteella.

## Onhan ne – kuka niitä lukee?

**Välinpitämättömäksi suhtautumistavaksi** Facebookin käyttöehtoihin on tässä siis tulkittu ensiksikin maininnat siitä, että käyttäjä ei tunne sivuston käyttöehtoja tai hän ei ole niistä mitään mieltä. Välinpitämättömyyden ilmauksiksi on katsottu myös kannat, joissa käyttöehtojen sanotaan olevan merkityksettömät tai esitetään, että niitä ei lue kukaan.

Merkittävän osan välinpitämätöntä suhtautumista muodostavat maininnat, joissa kerrotaan, että käyttöehdot eivät ole tutut tai niihin ei ole tutustuttu. Osassa mainintoja tämä tuodaan toteavasti esiin, minkä lisäksi saatetaan viitata siihen, että käyttöehtoja on tästä syystä myös vaikea kommentoida: *En tunne – en tunne niitä juurikaan – En tiedä niistä paljoakaan – Hupsista, en ole tutustunut tarkemmin – onhan ne – en tiedä niistä oikeastaan mitään näin tarkemmin ajatellen – Tunnen heikosti joten vaikea sanoa – Vaikea sanoa, kun en tunne niitä tarpeeksi – En osaa sanoa, tunnen ne niin heikosti – Tiedän niistä aivan liian vähän kommentoidakseni – En ole tutustunut niihin riittävän hyvin, että voisin kommentoida niitä.*

Jokudessa maininnassa nousee esiin, että käyttöehdot on tullut sivuuteksi omaa jaksamattomuutta ja/tai luottavaisuutta: *en jaksanu lukee niitä – Ääh, en ole jaksanut niin hyvin perehtyä – Myönnettävä on, että FaceBookiin liittyessäni suunnilleen sivuutin käyttöehdot, enkä ole niitä sen koommin lukenut – en ole tutkinut liian tarkkaan, kuka näistä digitaalipömpeleistä selvän ottaa – En yleensä jaks kovin systemaattisesti perehtyä käyttöehtoihin, vaan luotan siihen, että ne ovat riittävän ok.*

Vaikka käyttöehtoihin itsessään ei olisi suoraan tutustuttu, niitä koskeviin käsityksiin on saatettu törmätä esimerkiksi journalistisessa julkisuudessa: *En ole lukenut, paitsi uutisista – En ole niitä lukenut, vaan suurin osa tietämyksestä on tullut erilaisten revittelevien uutisten kautta.*

Huomattakoon, että tutustumattomuus käyttöehtoihin ei tarkoita, että käyttäjällä ei olisi – luultavasti osittain juuri uutis- ja muun julkisen huomion vuoksi – käyttöehtoja koskevia mielipiteitä tai ainakin arvailuja niiden luonteesta: *En ole perehtynyt tarkemmin mutta en näe suurta riskiä yksityisyydensuojassani vaikka käytänkin Facebookia varsin avoimella otteella – Olen ymmärtänyt että ne ovat hyvinkin epäreilut ja epäilyttävät monestakin syystä, mutta siitä huolimatta en ole perehtynyt – en tunne*

*niin hyvin että osaisin kommentoida. Aika standardit käsittääkseni – Itse asiassa en tiedä niistä mitään, kuvat jäivät FB haltuun vaikka lähtisin facesta? ehkä... – Kuullut olen, että osin ovat aika hurjia, esim. tietojemme käytön suhteen. En ole tarkkaan perehtynyt – Uskoakseni siellä on heikkouksia, erityisesti yksittäisen käyttäjän näkökulmasta. En tunne asiaa tarpeeksi muodostaakseni vahvan mielipiteen – ankarahkot, ainakin tämä käsitys itselläni on, en ole perehtynyt ehtoihin.*

*Myös maininnoissa, joissa tuodaan esiin, että käyttöehdoista ei ole mitään tiettyä mielipidettä, saatetaan viitata siihen, että käyttöehtoja ei tunneta. Toisaalta toisinaan tuodaan esiin, että ehdot ovat 'normaalit' tai 'tyypilliset': en ole oikein mitään mieltä... – en oikeen mitään, en tiedä niistä paljoa – Käyttöehdot ovat hyvin tyypilliset nykyään, ei niistä voi olla mitään erityistä mieltä – Eipä ole mielipidettä, hyvähän sääntöjä on olla – En mitään erityistä mieltä. Aika perusjuttuja ne taisivat olla.*

*Välinpitämätön suhtautuminen Facebookin käyttöehtoihin julkilausutaan joskus ponnekkaastikin silloin, kun ehtojen katsotaan olevan omalta kannalta merkityksettömät tai yhdentekevät: Merkityksettömät elämäni kannalta – en kiinnitä huomiota – En jaksa olla kauhean kiinnostunut – ei kiinnosta minua hirveän paljon – Ei pahemmin kiinnosta kaikenmaailman ehdot – Ei kiinnosta – Eipä ole liiemmin vaivannut mieltä – En ole murehtinut niitä – En ole jaksanut vaivata päätäni moisilla asioilla – En kauheasti piittaa käyttöehdoista – En ole jaksanut villiintyä niistä – Melko samantekevää – Aivan sama – Ei ole omassa käytössäni kovin oleellinen asia – ei hetkauta omaa käyttöäni millään tavalla – en välitä asiasta hevonvitunvertaa – Ja paljonko on väliä, jos fb omistaa oikeudet johonkin lähettämäni linkkiin jne. – En jaksa olla kovinkaan poliittinen sen suhteen, miten palvelu käyttää sinne syöttämiäni tietoja – Käyttöehdot kuulostaa aina vakavilta, mutta tuntuu että oikeasti niillä ei olekaan mitään väliä – Eettisesti huonot, mutta käytännössä ei ole juurikaan merkitystä.*

*Maininnoissa, joiden mukaan kukaan ei lue käyttöehtoja, puolestaan vedotaan kollektiiviseen välinpitämättömyyteen, jonka uskotaan olevan laajalle levinnyt suhtautumistapa verkossa vallitsevaan ja yleisempäänkin 'käyttöehtokulttuuriin': Harva kai lukee noita käyttöehtoja – uskon, että suurin osa ihmisistä ei ole edes katsonut niitä – perusjutut varmaan kaikki tietää, mutta korkeintaan yksi tuhannesta lukee käyttöehdot läpi – ei niitä kukaan viitsi lukea – Samaa mitä muidenkin palveluiden käyttöehdoista,*

*ei niitä kukaan täysijärkinen jaksa lukea – käyttöehdot esitetään käyttäjälle tyypilliseen tapaan eli pitkänä listana, jota kukaan ei jouda, varsinkaan kirjautumisvaiheessa, lukemaan läpi – Kuka niitä kaikkia koskaan lukee? – Kuka niitä lukee? – ei niitä ehtoja kukaan lue – ei kukaan oikeasti \*lue\* yhdenkään verkkopalvelun käyttöehtoja siinä tarkkuudessa että ymmärtäisi ne.*

## **Ei kai niissä mitään**

**Facebookin käyttöehtoja hyväksyttävinä pitävistä** maininnoista valtaosassa hyväksynnälle ei esitetä varauksia tai sisällytetä siihen negatiivisia tai kriittisiä huomioita. Hyväksynnän vahvuus vaihtelee laimentuvalla asteikolla hyvistä ja toimivista asiallisten ja normaaleiden kautta järkeviin, kohtuullisiin ja siedettäviin. Hyväksyviksi on tässä luettu myös kannat, joissa pidetään tärkeänä, että käyttöehdot ovat ylimalkaan olemassa: *tällä hetkellä hyvät – Minusta ne ovat toimivat ja hyvät – Toimivat ainakin minulle – ihan hyvät käyttöehdot – tarpeeksi hyvät – asialliset ja hyvät – Käyttöehdot ovat hyvät ja kattavat – Ihan ok, loppuun asti ajatellut – Ottaen huomioon palvelun luonteen ja käyttäjämäärät ne ovat kohdallaan – Mielestäni ihan hyväksyttävät. Ei mitään suuria puutteita – Täysin käytökelpoiset – Toimii tällähetkellä ainakin omiin käyttötarpeisiin – Asialliset – Asianmukaiset – Ne ovat ihan järkevät. Minua ei haittaa, että fb omistaa sinne ladatut kuvat jne. – Normaalit ja yleiset – Selkeät – Kohtuulliset – Mielestäni ne ovat varsin realistiset – Mitä muuta tällaisessa systeemisä voisi olla? – Normi käyttöehdot – Ei valittamista – sopii mulle – Mikään ei tökkää pahemmin – Ne ovat ihan siedettävät, ja niitä on parannettu paljon – Tyydyttävät – Viimeisimpien muutosten jälkeen juuri ja juuri hyväksyttävissä – On ne paremmat kuin ei mitään – Näillä pärjää, mitä on annettu – Ehkä vielä kesken, mutta kaikkien parhaaksi – Se on hyvä, että sellaiset on olemassa – hyvä että on laitettu käyttöehtoja.*

Osassa käyttöehdot hyväksyviä mainintoja kiinnittää huomiota, että käyttäjän muisti- tai mielikuva niistä on hatara, perustuu oletuksiin tai käyttöehtoihin on tutustuttu huonosti: *Käyttöehdot sisältänevät yleiset käytäytymissäännöt tämänkaltaisissa medioissa, eli tietysti se on hyvä asia – no kai aika peruskäyttöehdot.. asiaankuuluvat ja ‘maalaisjärjen’ mukaiset – Luotan siihen, että kaikki on suunnilleen ok – Luulen, että käyttöehdot ovat aika järkevät – Eikai niissä mitään.. – En äkkiseltäni muista,*

*mutta lienevät järkevät, koska olen ne läpi liittyessäni lukenut – Jos ollenkaan enää muistan ja ymmärsin, niin siinä mielessä ne ovat hyvät, että käyttäjä itse saa määrätä omista profiliin liittyvistä asioista ja käyttäjä omistaa kaiken minkä on itse pistänyt nettiin – En ole perehtynyt käyttöehtoihin tarkemmin, mutta oletan niiden noudattavan pääosin yleisiä käyttöehtoja.*

Silloin kun Facebookin käyttöehdoille annettua hyväksyntää höystetään kriittisin kommentein, varaukset liittyvät joko yksityisyyden suojan puutteisiin tai – huomattavasti useammin – Facebookin oikeuksiin käyttäjien sivuille lataamiin materiaaleihin ja niistä erityisesti kuviin. Myös omaan sivustoon koukkuuntumiseen sekä Facebookin luonteeseen kaupallisen palveluna ja tämän käyttäjille tuottamiin reunaehtoihin tai käyttäjän omaan vastuuseen saatetaan viitata: *Öh, no, ne eivät oikein arvosta yksityisyyttä ja minun tekijänoikeuksiani sillä tasolla kuin toivoisin, mutta itsepä FB:tä käytän. Voin elää niiden kanssa – rikkovat liikaa yksityisyyttä. mutta olen ollut ja olen yhä valmis ottamaan sen riskin – Ihan ok kai, ei ole kovin reilua että FB omistaa käyttäjien kuvat – Epämiellyttäviä piirteitä, mutta kun 'on jäänyt koukkuun' ei malta pysyä poissakaan – Jokainen saa laittaa tekemälleen palvelulle sellaiset käyttöehdot kuin haluaa. Liittyjät hyväksyvät ne liittyessään. Jonkin verran mietityttää FB:hen laitettun sisällön oikeuksien siirtyminen FB:lle – Yhdyn niihin, mutta kuvien lataus Facebookiin epäilyttää yhä – Ihan ok, kuvien käyttöoikeuskysymys vähän hiertää – kuvien oikeuksien suhteen FB ei ole mielestäni erityisen 'reilu', muuten tuntemani käyttöehdot ovat OK – Rajoituksineen... no, kai-pa niihin täytyy alistua kun sitä kerran käyttää.*

Yksi vastaaja muotoilee mielipiteensä Facebookin käyttöehtojen ja sivuston käyttäjien epätasapainoisesta suhteesta hieman monisanaisemmin:

*Tällaisia medioita käyttäessään sitä tietää aina jollain tavalla allekirjoittavansa jonkin nurkan sielustaan palveluntarjoajan käyttöön - ei välttämättä tosi kivaa, mutta sen on oppinut ottamaan jotenkin annettuna, että jos käytän, niin joo, sitten hyväksyn. Vaikka en tykkäisikään. Enkä aina tykkää.*

## Kenen sivusto, sen ehdot

Kuten poiminnat edellä jo havainnollistavat, ryyditettäessä käyttöehtojen hyväksyntää (itse)kriittisillä huomautuksilla nousee paikoin vahvastikin näkyviin **Facebookin toiminta palveluntarjoajana ja yrityksenä**. Sitä suoraan koskevia kantoja voidaan luonnehtia sanomalla, että kulloinkin kyseessä olevasta asiasta riippumatta niitä yhdistää käsitys Facebookin vahvasta asemasta ja oikeuksista suhteessa sivuston käyttäjiin.

Selvästi eniten huomiota saavat käyttöehtojen yhtiölle suomat, liian laajoina, omavaltaisina ja käyttäjän kannalta epäoikeudenmukaisina pidetyt oikeudet sivustolle ladattuihin materiaaleihin ja niistä nimenomaisesti valokuvuihin. Kun käyttäjien sisältöihin viitataan yleisellä tasolla yhteensä 100 kertaa, kuvien tekijänoikeudet ja käyttöoikeudet nousevat erikseen esiin 150 kertaa. Epäilyt Facebookin motiiveista ja tarkoituseristä yrityksenä puolestaan mainitaan yli 50 kertaa, ja noin 40 maininnassa käyttöehtojen katsotaan ilmentävän suoraan yhtiön etuja. Suunnilleen samansuuruisen määrän kriittisiä mainintoja kerää käyttäjien tietojen taltioiminen ja/tai niiden käyttö Facebookia kaupallisesti hyödyttäviin tarkoituksiin. Mainostaminen nostetaan esiin parissakymmenessä maininnassa, ja noin kymmenessä maininnassa ihmetellään tai epäillään Facebookin käyttöehtojen lainvoimaisuutta Suomessa.

Facebookin käyttöehtoihin kirjattu yhtiön omistus- ja käyttöoikeus käyttäjien valokuvuihin oudoksuttaa ja tuntuu epämukavalta: *Kuvien käyttöoikeus facebookilla on hieman erikoinen – Mielestäni on äärimmäisen outoa että menetän lisäämieni kuvien oikeuden facebookille – en pidä kuvien tekijänoikeussäännöksistä – En pidä siitä, että kuvien oikeudet menevät FB:lle – En pidä siitä, kuinka kaikki lataamani kuvat ovat Facebookin omistuksessa – epäreilut, koska fb saa oikeudet minun valokuviini – kuvien oikeuksien siirtyminen Facebookille on väärin ja naurettavaa – Valokuvaoikeuksien menetys harmittaa – Eniten ärsyttää se, että kaikki lisäämäni kuvat ovat latauksen jälkeen fb:n käytettävissä – valokuvien osalta käyttöehdot ovat ainakin sietämättömät.*

Osan käyttäjistä tietoisuus tai oletus kuvien oikeuksien siirtymisestä on saanut rajoittamaan omaa kuvien lataamista sivustolle: *Valokuvien käyttöoikeudet mietityttävät. Sen vuoksi laitankin kuvia hyvin maltillisesti FB:hen – kuvankäyttöoikeuksien vuoksi en lisää profilikuvan lisäksi mitään muita kuvia FB:hen – En lataa esim valokuvia, koska menettäsin niihin*

*yksinoikeuden – on ikävää, että esim kuvien käyttöoikeus on facebookilla, koska en sen vuoksi uploadaa kuviani sinne – En itse lisää ollenkaan kuvia facebookin siksi, että käyttöehtojen mukaan silloin facebookilla on oikeudet käyttää kuviani. Tietysti on epätodennäköistä, että näin oikeasti tapahtuisi, mutta en siksi periaatteessakaan halua tehdä niin.*

Yksi käyttäjä lainaa pitkähkön otteen Facebookin käyttöehdoista teh-däkseen tietäväksi, miksi hän ei halua lisätä sivustolle juurikaan kuviaan tai muita omia materiaaleja:

*Tämä kohta on perseestä: ‘For content that is covered by intellectual property rights, like photos and videos (‘IP content’), you specifically give us the following permission, subject to your privacy and application settings: you grant us a non-exclusive, transferable, sub-licensable, royalty-free, worldwide license to use any IP content that you post on or in connection with Facebook (‘IP License’). This IP License ends when you delete your IP content or your account unless your content has been shared with others, and they have not deleted it.’ Tästä syystä en lataile kovinkaan paljon omia kuviani tai videoita ni Facebookiin.*

Merkillepantavan monelle on itse asiassa jäänyt hämäräksi, mikä tilanne omien kuvien omistus- ja käyttöoikeuden osalta lopulta on. Usein kriittistä mielipidettä sävyttääkin epävarmuus tai hämmennys, jota Facebookin käyttöehtojen ympärillä vellonut julkinen huomio osaltaan ruokkii: *Keskustelu kuvien omistusoikeudesta on sekavaa – Kuvien osalta oli ainakin jotain tosi hämärää siitä, että kelle ne oikeudet kuuluu, jos pistää FB:hen kuvia – Aiemmin keskusteltiin, että FB:lle siirtyy oikeudet käyttäjien lisäämiin kuviin. En tiedä onko tähän tullut muutosta, mutta kuulostaa epärealiselta – Hieman tuntuu että on pihalla käyttöehdoista. Kuvien käyttö ollut esillä – kuvajutusta en ole ihan varma, että omistaako Facebook tavallaan kaikki kuvat, jotka sinne lataa, niin kuin jotkut väittävät. Facebook kai väittää toista – Ainakin jossain vaiheessa oli kohua siitä, että facebookilla on omistusoikeus kaikkeen siellä julkaistuun materiaaliin. Eli esim henkilökohtaisiin valokuviin. En tiedä onko tämä vieläkin voimassa, mutta tämä tuntuu väärältä – Ymmärtääkseni Facebook on pidättänyt tai pidättää oikeuden käyttäjien lisäämiin kuviin (ehkä myös videoihin). Jos näin on edelleen, mielestäni se on väärin – En ole varma siitä, vieläkö FB pitää oikeuksia käyttäjien ladattuihin kuviin. Jos näin on, tämän kohdan saisi*

*muuttaa ja pikavauhtia – Kuvien lataamisen suhteen olen erittäin tyytymätön! Käyttöoikeudet siirtyvät FB:lle?! – Olen kuullut kavereilta, luenut lehdistä ym. siitä, mihin fb:llä on oikeudet ja mihin ei, mutta tuntuu että keskustelu velloo ristiin, enkä oikeastaan tiedä, onko esim. kuvieni oikeudet minulla vai fb:llä.*

Jokunen vastaaja oli kuitenkin siinä käsityksessä, että Facebook ei omistaisi käyttäjien kuvien oikeuksia tai että kyseistä kohtaa käyttöehdoista olisi muutettu: *jossain vaiheessa ne meinas tehdä jonkun käyttöehtomuutoksen että ne omistais kaikki käyttäjien kuvat, mut se ehdotus kaatui protestin takia ja niinpä käyttäjät omistaa edelleen oikeudet omiin kuviinsa. Mut...siihenpä mun tieto sit jääkin – valokuvien omistusoikeuksista käytiin kiistaa aiemmin mutta se taidettiin muuttaa – Hyvä, että kuvien omistus-asiaa muutettiin. Tekijänoikeudellisesti varaus kuvien oikeuksiin oli täysin törkeää – Eniten vihastutti, kun Facebookiin lisätyt kuvat olisivat muka olleet FB:n omaisuutta. Onneksi se kumottiin pian. Jos se olisi toteutunut olisin poistanut koko profiilini!*

Närkästys ja turhautuminen ovat eriasteisesti pinnassa myös, kun kantaa otetaan Facebookin oikeuksiin käyttäjien tuottamaan sisältöön ja materiaaleihin yleisemmin: *Kaikki käyttäjän laittama materiaali on Facebookin omaisuutta ikuisuuden ja Facebook saa tehdä sille suunnilleen mitä huvittaa – Se että Facebookilla on oikeudet laittamiini kuviin ja teksteihin nostattaa hieman kulma- ja niskakarvoja – Käyttöehdot antavat Facebookille liian laajat oikeudet käyttää omia tuotoksiani, kuviani yms. omiin tarkoituksiinsa – On hyvin epäilyttävää, että FB saa kaiken lataamani materiaalin käyttöoikeudet – en oikein pidä siitä, että he vakuuttavat omistavansa kutakuinkin kaiken, mitä sinne laitan – En pidä siitä, että FB saa oikeuden kaikkeen – Käyttäjien sisällön omiminen on haljua – Tekijänoikeus olisi selkeämmin rajattava henkilölle itselleen – Olen kaikkein närkästynyt siitä, että Facebook saa oikeudet järjestelmään ladattuihin mediatiedostoihin – Aika rajua, että lataamani aineiston omistus siirtyy palvelun haltijalle. Se voi tehdä sillä periaatteella kaikenlaista – onhan se aika härskiä, että omistavat oikeudet kaikkeen materiaaliin – harvinaisen perseestä. Sinä et omista enää mitään jos laitat sen facebookkiin.*

Käyttöehtojen tarkasta sisällöstä ja todellisesta pätevyydestä vallitseekin nytkin paikoin epätietoisuus. Lisäksi käytetyt muotoilut kielivät siitä, että käyttöehtoja koskeva tietämys on peräisin kuulopuheista tai toimittajien kertomasta: *olen kuullut väitettävän että FB omistaa oikeudet*



*kaikkeen materiaaliin – Niissä ilmeisesti FB omii paljon ihmisten luomaa tietoa itselleen – Uutisten perusteella ne ottavat melkoisia vapauksia käyttäjien tuotosten suhteen.*

*Samaan tapaan kuin kuvien yhteydessä jokunen vastaaja oletti, että käyttäjien sisältöjen omistusoikeus ei kuuluisikaan Facebookille: sitä vastustan, että sinne ladatun sisällön oikeudet kuuluisivat Facebookille, mutta tietääkseni eivät enää kuulu.*

*Käyttäjien kuvien ja näiden tuottaman muun sisällön lisäksi kritiikkiä herättivät käyttöehtojen Facebookille antamat oikeudet myös käyttäjien henkilö- ja henkilökohtaisiin tietoihin. Suurin osa näistä maininnoista koski käyttäjätietojen hyödyntämistä, mutta huomiota sai myös yhtiön oikeus säilyttää käyttäjien tietoja ja käyttää niitä tilin lopettamisen jälkeenkin: Se vähän epäilyttää, että mihin omia tietoja käytetään – Jossain määrin epäilyttää, mitä kaikkea facebookiin ladatuilla tiedoilla voidaan tulla tekemään – Epäilyttää se, että FB saa käyttää käyttäjiensä tietoja mihin haluaa – Antaa facebookille liian suuret oikeudet ihmisten sinne lisäämän tiedon käyttämiseen – en oikein pidä siitä että sovellukset voivat käyttää profiilini tietoja melkein miten vain ilman että kysyvät minulta ensin – Niissä otetaan kohtuuttomia valtuuksia ihmisten henkilökohtaisten tietojen käyttöön – Ne taitaa tallettaa tietoja aika pitkään. Se ei ole kiva – uhh, ilmeisesti fb tallentaa kaikki tiedot ja ne jäävät heidän tietokantoihin tilin lopettamisen jälkeenkin. mielestäni olisi hyvä jos tiedot nin halutessaan saisi lopullisesti tuhota – Mielestäni tilini suljettua Facebookin pitäisi tuhota kaikki tietoni minusta – Sinne laitettu materiaali pitäisi olla vain omassa käytössä, ja pitäisi poistua, kun lopettaa FB:n käytön – hie-man kauhistuttaa tieto, että profiili jää talteen vaikka itse sen sulkisi. Käyttöehdoista pitäisi käydä selkeämmin ilmi, mitä Facebook voi tehdä nyt ja siinä tapauksessa, että lopetat tilisi.*

*Kun Facebookin käyttöehtoja kritisoidaan kuvien ja tietojen omistus- ja käyttöoikeuksien osalta, kritiikkiin kietoutuu usein enemmän tai vähemmän suoria epäilyksiä yhtiön motiveista ja tarkoituksiperistä. Osassa mainintoja epäluulo kohdistuu yleisemmin yhtiön lähtökohtiin ja toimintaan: Hiukan epäilyttävät. Jos en vielä olisi facebookissa, en välttämättä liittyisi – Epäilyttävät. En pidä taustaorganisaatiosta – Lupaavat turvallisuutta ja ehkäistä väärinkäyttöä, mutta en osaa luottaa siihen – Oli siinä mitä tahansa, en siihen luottaisi – Suhtaudun Facebookiin epäilevästi kaiken kaikkiaan – vähän on luotto mennyt.*

Epäilevää kantaa saatetaan loiventaa viittaamalla siihen, että Facebookiin liittyminen ja sivuston käyttö on vapaaehtoista, ja näin ollen viimekätinen vastuu on käyttäjällä itsellään: *Arveluttavat – oma syy tietysti, että liityin tällaiseen älyttömyyteen – kyseenalaiset, mutta ei voi valittaa kun aina voi myös olla käyttämättä – Epäilyttäviä osa mutta mitäs läksin kikkeliskokkelis.*

Sitä vastoin niissä, edellistä jonkin verran harvalukuisemmissa maininnoissa, joissa katsotaan, että käyttöehdot on kaiken kaikkiaan muotoiltu Facebookin etua silmälläpitäen, ei anneta yhtiölle synninpäästöä käyttäjän valinnanvapauden ja tämän oman vastuun nojalla. Käyttöehtojen nähdään heijastelevan suoraan kaupallisia ja yritysentressejä, joista ponnistaen Facebook omii kohtuuttoman paljon oikeuksia ja valtaa suhteessa käyttäjiin: *Facebook pitää liikaa oikeuksia itsellään – palveluntarjoajan ehdoin mennään – vaativat liikaa oikeuksia facebookille ja suojaavat käyttäjää liian vähän – Käyttäjällä on liian vähän valtaa – Käyttäjä on aina häviävä osapuoli – riitatilanteessa käyttäjällä ei mitään mahdollisuuksia organisaatiota vastaan – Käyttäjän oikeudet ovat heikoilla – liian paljon valtaa FB:n omistajille – FB:lla on liikaa valtaa mielestäni. Ja kerää nettiliikenteestäni liikaa tietoa. Yksilön oikeudet ovat hyvin pienet – mielestäni on jossain määrin pelottavaa, kuinka paljon valtaa yksittäisellä lafkalla on suhteessa sen jäseniin ja heidän tuottamaan sisältöön – Käyttöohjeista paistaa myös liikaa läpi yritystausta ja halu tehdä bisnestä käyttäjien tiedoilla, esim. twitterillä on huomattavasti ihmislähtöisemmät käyttäjäehdot kuin facebookilla – tyypillinen kaupallinen ehto: Ilmaisen palvelun vastineeksi tarvitsevat mainostulojen hankintaa varten profiloitintietoa ja sisällön oikeudet mahdollisia kanteita yms. USA:n lainsäädännön luomia vaatimuksia suojautumispykälöihin vihamielisiä käyttäjiä vastaan sekä tietysti optio tehdä mitä vain tulevaisuudessa...*

Viimeisen poiminnan viittaus yhdysvaltalaiseen oikeuskäytäntöön linkittyy kysymykseen Facebookin käyttöehtojen juridisesta asemasta Suomessa. Tämä kysymys nousee suoraan esiin maininnoissa, joissa kummastellaan tai epäillään käyttöehtojen soveltuvuutta ja lainvoimaisuutta: *Eivät sovellu Suomen oloihin, amerikkalainen lainsäädäntö on pirullisempi – hyvin amerikkalaiset. kaikki oikeudet postattuun materiaaliin kuuluu fb:lle. onko suomen lain mukaan näin? – Juridinen pätevyys suomessa ns. tiukan paikan tullen vähintäänkin epäselvä – Ärsyttää, että FB voi soveltaa noin*

vain ainoastaan Yhdysvaltain (yksityisyyden suojaltaan täysin löperöä) lakia, vaikka palvelu toimii täysin vakituisesti EU:ssa.

Yksi käyttäjä pohdiskelee käyttöehtojen juridiikkaa hieman pitkällisemmin ihmetellen samalla julkisen keskustelun vähäisyyttä asiasta:

*Käyttöehdot noudattavat selvästi amerikkalaista oikeuskäytäntöä, niihin pitää oikeasti paneutua todella syvällisesti. Lisäksi onko sillä mitään merkitystä – laitteistot, serverit yms. tuskin ovat suomen maaperällä, joten jos jotain tapahtuisi, FB voi aika surutta vetäytyä kaikesta vastuusta ja vedota lainmukaiseen toimintaan USA:ssa – sinnekkö minä sitten menen hakee oikeutta. Ei oikein onnistu! Julkinen keskustelu tästä puolesta on aika vähäistä – varmaan sen takia, että tämän kaltaiset asiat on uusia ja ihmiset ei alkuunkaan ymmärrä kaikkia seuraamuksia.*

Huomattakoon, että Facebookin toimintaan yhtiönä otetaan vähintäänkin epäsuorasti kantaa myös niissä maininnoissa, joiden kärki kohdistuu jatkuvaan **käyttöehtojen muutteluun**. Muutosten nähdään ilmentävän yhtiön omavaltaisen yksipuolista suhtautumista käyttäjiin, joilla ei ole muutoksiin mitään sanansijaa. Satunnaisesti saattaa vilahtaa esiin myös käsitys, että käyttöehtojen muuttaminen kytkeytyy kaupallisiin intresseihin: vaikuttaa siltä että muutoksia voidaan tehdä tuosta vaan ilman että käyttäjä voisi asiaan vaikuttaa – Heikkous on, että niitä voidaan muuttaa milloin vain. Ja on muutettukin – FB voi koska tahansa tehdä muutoksia tai vuotaa asioita mihin vain – En pidä siitä, että niitä muutetaan yksipuolisesti tämän tästä – on mielestäni kyseenalaista, että käyttöehdot voivat muuttua kaikille käyttäjille kesken FB-tilin käytön. Eli uudet käyttöehdot koskevat aina niin uusia kuin vanhojakin käyttäjiä, eikä ainoastaan vaikkapa palveluun uusina kirjautuvia käyttäjiä – En pidä siitä, että ne voivat muuttaa niitä milloin haluavat – Niiden yksipuolinen muuttaminen tietysti sapettaa – mahdollisia muutoksia on ainakin ennen tehty Facebookin ja mainostajien ym. ehdoilla pikemminkin kuin käyttäjien.

Facebookin toiminta kaupallisista lähtökohdista toimivana yrityksenä nousee lopulta esiin myös niissä parissakymmenessä maininnassa, joissa käyttöehtoja otetaan kantaa **mainostamisen** näkökulmasta. Eniten kriittistä huomiota tässä yhteydessä herättää Facebookin oikeus hyödyntää käyttäjien tietojia mainos- ja markkinointitarkoituksiin. Kuten

kommentoitaessa mainoksia muutostoiveiden yhteydessä, myös nyt nousee näkyviin tietoisuus asiakkaan tai kuluttajan roolin rakenteellisesta alisteisuudesta: *En pidä siitä, että laittamiani materiaaleja voidaan luovuttaa esim. mainostajien käyttöön, olkoonkin että nämä näkyisivät ainoastaan ystäväilleni – ajoittain saa tarkkailla sitä, että ryhtyykö FB luovuttamaan tietojasi (vielä enemmän) markkinointia varten – kai ne ovat juuri sellaiset kun odottaa sopii kaupalliselta (.com) palvelulta; profilikuvien käyttö mainonnassa on aika karmeeta – En pidä siitä, että facebook voi käyttää minun materiaalejani (kuvia, kirjoituksia, videoita...) markkinointitarkoituksiinsa, joskin ymmärrän hyvin miksi – varsinkin selvästi kohdistetut mainokset ärsyttävät ja saisivat olla kiellettyjä (ymmärrän kyllä että fb pyörii mainosten avulla) – Olisi kovin mukavaa, jos Facebook ei myisi tietojani eteenpäin mainostajille, mutta minkäs sille voi.*

Facebookin käyttöehdot **huonoiksi** nimeäville maininnoille on ominaista, että arvio täytetään usein heitonomaisesti ja ilman sen kummempia perusteluja. Usein jää samalla epäselväksi, mitä käyttöehdoissa täsmällisesti ottaen pidetään huonona. Erilaisia tapoja kuvata käyttöehtojen huonoutta on esimerkiksi sanoa, että ne ovat 'kehnot', 'onnettomat', 'surkeat', 'kohtuuttomat', 'epäreilut', 'naurettavat', 'sietämättömät', 'älyttömät' tai 'järkeyttävät'. Huomiota kiinnittää, että käyttöehtojen huonoutta kuvaillaan silmiinpistävän usein alatyylisesti. Vahva mielipide ei silti välttämättä tai kovin usein tarkoita, että käyttöehtoihin olisi sen lähemmin tutustuttu: *Surkeat – Huonot – Kehnohkot – Onnettomat – Älyttömät – karmiat – Ihan kamalat ihmisoikeuksien riistoa – ketkut – hanurista – Ihan naurettavan paskat – syvältä – samaa \*askaa kuin missä muualla tahansa – paskaa paketissa – perseestä – harvinaisen perseestä – En ole jaksanut tutustua, kai ne vituillaan ovat – ihan anaalista.*

Omanlaisestaan käyttöehtojen huonoudesta on kyse myös niiden **vaikeassa ymmärrettävyydessä**, joka nostettiin sekä kokonais- että ensimaininnoissa esiin huomattavan usein. Käyttöehtoja kuvailtiin 'epäselviksi', 'epämääräisiksi', 'sekaviksi', 'monimutkaisiksi', 'ristiriitaisiksi', 'vaikeaselkoisiksi' ja 'kryptisiksi'. Myös tekstin pituus, 'pieni präntti' ja vieraskielisyys vaikeuttavat niiden ymmärtämistä ja ovat käyttäjistä uuvuttavia.

Jokudessa maininnassa käyttöehtojen vaikeaselkoisuus ja sekavuus nähdään enemmän tai vähemmän tarkoitukselliseksi strategiaksi, jonka

tavoitteena on johtaa käyttäjiä harhaan tai saada tämä luopumaan käyttöehtoihin tutustumisesta: *Siitä kuka mitäkin informaatiota omistaa ja miten yksityisiä tietoja käytetään, ei tule vielä kukaan kunnolla esille käyttöehdoissa, jotka ovat sekavat – Ei kovin selkeää, joutuu kaivelemaan tietoja ja moni kohta jää vahingossa huomaamatta – Epäselvät, pitäisi olla selkeämmät ja käyttäjäystävällisemmät, niin ettei ikäviä yllätyksiä pääse tulemaan kenellekään.*

## **Omalla vastuulla**

Edellä on noussut eri yhteyksissä jo esiin, että Facebookin käyttöehtojen sisältö tai niitä koskevat mielikuvat vaikuttavat joidenkin **käyttäjien tapaan toimia sivustolla**. Osa käyttäjistä varoo laittamasta Facebookiin omia kuviaan tai muita sisältöjä, koska ei hyväksy yhtiön itselleen määrittelemää oikeutta käyttäjien tietoihin ja materiaaleihin tai – selvästi harvemmin – koska karsastaa sitä, että tietoja käytetään hyväksi mainonnassa.

Omistus- ja käyttöoikeuksien Facebookille siirtymisen ohella käyttäjien toimintaan vaikuttaa epäily siitä, että käyttöehdot murentavat yksityisyydensuojaa mahdollistamalla henkilökohtaisten tietojen tai omien kuvien leviämisen tarkoitettua tai haluttua laajemmalle: *Ilmeisesti rajoittavat jossain määrin yksityisyydensuojaa, mutta lähinnä olen perehtynyt asiaan median kautta enkä itse aktiivisesti perehtymällä. Osin näiden mielikuvien takia en kovinkaan paljoa laita valokuvia FB:hen – Sallivat yksityisten tietojeni käyttämisen niin vapaasti, että en laita facebookiin mitään – Ihmettelen ihmisten määrää palvelussa, jossa kaikki yksityisyydensuoja on ajettu alas. Tästä syystä en itse jaa mitään tietoja itsestäni – olen suhtautunut käyttöehtoihin niin, että jaan henkoht asiani mieluiten muualla kuin FB:ssa.*

Osassa mainintoja käyttäjän varovaisuuden nähdään kuuluvan asiaan verkkoympäristössä yleensä ja Facebookissa erityisesti. Käyttöehdoista ei myöskään tarvitse ottaa stressiä, jos pitää itse huolen siitä, että riskitilanteita ei synny: *Toimivat ainakin minulle. Harkitsen aina kahdesti, mitä internettiin julkaisen muutenkin, niin ei tule tehtyä tyhmyyksiä – ehdot ylipäättään eivät rassaa, kunhan miettii itse ettei laita sinne mitään mitä myöhemmin katuisi – En jaa FB:ssä mitään sellaista, millä olisi oikeasti väliä, joten en kanna ehdoista huolta – Pidän aina mielessä sen, että kaikki mitä kirjoitan voi olla kaikkien luettavissa nyt ja tulevaisuudessa. Pysin siis*

*kirjoittamaan sen verran asiallisesti, että kirjoituksista ei todennäköisesti tule mitään harmia tulevaisuudessa – Itselleni ei ole väliä yksityisyyssuojan kanssa, sillä en laita palveluun mitään tietoja mitä en olisi valmis jakamaan maailman kanssa – En kauheasti piittaa käyttöehdoista, koska haluan muutenkin varmistaa, että laitan facebookiin vain sellaista tietoa, joka ei vahingoita, vaikka joutuisikin jonnekin tuntemattoman käsiin – En julkaise FB:ssä mitään mielestäni kyseenalaista, joten tietojen joutuminen väriin käsiin ei romuttaisi maailmaani.*

Kommenteissa, joissa tuodaan periaatteen luonteisesti esiin **käyttäjän omaa vastuuta**, käyttöehdot hahmottuvat kahden suvereenin osapuolen – palveluntarjoajan ja asiakkaan – sopimukseksi. Sen nojalla edellisellä on oikeus ja valta määrätä ilmaiseksi tarjoamansa palvelun ehdoista. Jälkimmäisellä puolestaan on vapaus valita, haluaako hän käyttää palvelua – ja jos haluaa, tästä seuraa velvollisuus hyväksyä palveluntarjoajan asettamat ehdot: *ilmaisen palvelun tarjoaja saa päättää kaikesta, hyväksy tai ole käyttämättä – Ota tai jätä – Palvelua ei ole pakko käyttää, jos ehdot eivät miellytä – Jos muutokset eivät miellytä, niin ainahan sieltä pois pääsee – Minusta ne on ihan ok. Mielestäni FB saa asettaa haluamansa ehdot, eihän kenenkään ole pakko käyttää FB:ia.*

Yhdessä kommentissa jopa esitetään käyttäjän valinnanvapaus niin suureksi, että *jos palvelu ja sen käyttöehdot eivät miellytä, niin mikään ei estä luomasta omaa palvelua.*

Palveluntarjoajan ja asiakkaan sopimuksen velvoittavuuteen saatetaan vedota silloinkin, kun sivuston käyttöehtoja kritisoidaan tai niiden nähdään sisältävän ongelmia: *Sinänsä kaikki eivät ole miellyttäviä, mutta toisaalta kyseessä ei ole mitenkään pakollinen sovellus käyttää, joten voi valita haittaavatko ehdot liikaa – Tekijänoikeuskysymykset ongelmallisia. Yksityisyysasioissa ehkä myös joitain ongelmakohtia, mutta jokainen käyttäjä on liittyessään nämä hyväksynyt, eli turha valittaa – Facebook pidättää itsellään melko diktatuurisen vallan käyttäjien lataamaan materiaaliin. Se on kuitenkin vapaassa markkinataloudessa toimiva yritys, joten jokainen, joka ei ehtoja hyväksy, voi jättää menemättä Facebookiin.*

Asiakkaan velvollisuuksiin kuuluu lisäksi itse vastata omasta toiminnastaan sivustolla, mukaan lukien tietojen ja materiaalien laittaminen Facebookiin ja internetiin ylimalkaan: *jokainen on siellä omasta tahdostaan ja voi lähteä pois ja valita mitä sinne lataa – On paljon käyttäjän itsensä vastuulla*

*mitä tietojaan haluaa laittaa internettiin – ei mitään sellaista, mitä ei voisi melko helposti hyväksyä, jos on viisas ja vastuullinen netin käyttäjä, ts. ei laita mitään kovin ihmeellistä tietoa itsestään febuun – Käyttäjä tekee itse päätökset käyttäessään Facebookia; esim. mitä tietoa/ kuvia jne. haluaa jakaa – Aukkoja on, mutta vastuu on kuitenkin myös käyttäjällä – Ihan naurettavan paskat, mutta eipä sinne ole PAKKO laittaa itsestään mitään, jos ei niitä kestä – Ei ole mukava tietää, että kaikki Facebookiin lisätty sisältö on yrityksen omaisuutta. Tämän pitäisi kuitenkin kehoittaa itse kutakin jonkinlaiseen itsekontrolliin – Kaikki tieto mitä sinne ite laitan on minusta vaaravyöhykkeellä tulla julkiseksi. Että viimekädessä oma vika jos menin juttuja sinne laittamaan mitä ei saa levitä.*

Osassa käyttäjien vastuuta peräävistä maininnoista tähdennetään opetavaiseen sävyyn, että Facebookin ja yleisemmin verkon julkinen luonne edellyttää käyttäjiltä harkintakykyä. Enemmän tai vähemmän suoraan saatetaan tuoda samalla esiin, että kaikilla (muilla) käyttäjillä näitä ominaisuuksia ei kuitenkaan näyttäisi olevan: *FB tä käyttää omalla vastuulla, ja käyttö kannattaa ajatella niin, että se on julkista – jokainen ketä liittyy tällaiseen yhteisöön ja lataa omia kuvia ja tietoja sinne, täytyy olla tietoinen että se on luultavasti saatavilla jos joku sen oikeasti haluaa tonkia – Sopinevat sosiaaliselle medialle. Ihmisen pitää itsensä olla valveutunut ja määritellä yksityisyysasetukset riittävälle tasolle. Lisäksi on syytä tiedostaa, että mitä tahansa ei kannata laittaa seinälleen – Käyttäjänä pitää olla maalaisjärki kädessä. Ei pitäisi kirjoittaa tai ladata nettiin sellaista mitä ei halua koko maailman näkevän – näen asian myös niin, että koko elämänsä ei tarvitse jakaa nettiin ja omaa järkeä saa käyttää – Jokainen edes yhden aktiivisen aivosolun omaava tajuaa, ettei mikään nettiin pantu sieltä varsinaisesti poistu, vaikka kuinka niitä punaisia korkokenkiä kannoista yhteen kopauttelisi ja toivoisi.*

Yksi käyttäjä vuodattaa pitkällisemmin:

*Ne nyt on mitkä ne on, harvat tuntuvat tajuavan minkälaiset ehdot on kyseessä eivätkä siksi osaa niiden kanssa elää. On selvää, ettei tällaiseen palveluun ole järkevää syyttää kaikkea tietoa itsestään, mitä vain keksii. On olemassa privaatiimpiakin tapoja jakaa itsestään tietoa niille joille haluaa, mutta monet eivät tunnu enää välittävän. Ollaan kuin tosi-tv-ohjelmassa jatkuvasti, vapaaehtoisesti ja ilman palkintoa.*

Hieman toisessa mielessä, omakohtaisesti mutta samalla epämääräisesti, käyttäjän oman vastuun suuntaan viittoillaan niissä sivuhuomautuksen tyyppisissä maininnoissa, joissa tuodaan esiin, että käyttöehdoista *pitäisi ottaa enemmän selvää – ne kannattaisi tuntea ehkä paremminkin – olisi varmaan tarpeen tutustua – pitäisi ehkä tutustua – pitäisi luultavasti tutustua – pitäisi varmaan tutustua niihin paremmin.*

## ***Ei niitä pääse itse tekemään kuitenkaan***

Kaiken kaikkiaan käyttäjien suhtautumista Facebookin käyttöehtoihin – ja samalla siihen, miten ne puitteistavat omaa ja muiden toimintaa sivustolla – luonnehtii vahvasti asettuminen asiakkaan rooliin. Siinä omaksutun asenteen sävy vaihtelee välinpitämättömästä tai luottavaisesta annettuna ottamisesta palveluntarjoajan erisuuntaiseen kritiikkiin. Lisäksi asiakaspositiosta ymmärretään palveluntarjoajan oikeuksia sekä korostetaan käyttäjän valinnanvapautta ja tämän omaa vastuuta. Leimallista on, että olipa suhtautumistapa mikä hyvänsä, käyttöehdot tunnetaan usein huonosti, ja vahvatkin kannat saattavat perustua viestinten kertomaan, kuulopuheisiin, hatariin muistikuihin, oletuksiin ja (harha)luuloihin.

Facebookin käyttöehtoja koskevia mielipiteitä läpäisevää eetosta voisi luonnehtia ehkä osuvimmin inhorealiseksi ja osin jopa kyyniseksi. Asiakkaan rakenteellisesti alisteiseen asemaan palveluntarjoajaan nähden joko suhtaudutaan hilpeän huolettomalla hällä väliä- tai minkäs tälle vaan voi -otteella tai vaihtoehtoisesti koetetaan väistellä valtasuhteeseen käyttäjän kannalta sisältyviä sudenkuoppia. Myös jälkimmäisessä tapauksessa asetelmaan silti mukaudutaan joskin kiukusta ja turhautumisesta eriasteisesti puhisten.

Poikkeamat mukautuvan asiakkaan roolista ovat laskettavissa kahden käden sormilla. Jokudessa maininnassa laitetaan toivoa – joskin hataraa – käyttäjien itsensä sijasta muihin tahoihin, kuten aktivisteihin, viestimiin tai viranomaisiin: *toivon, että tietosuoja-aktivistit saisivat käyttöehtoja muokattua, mutta enpä usko... – Media on voittanut osittain joukkopaineen seurauksena oikeuden määritellä näitä käyttöehtoja – Uutisiin nostetut pointit mm. siitä, että tietoja ei heti tuhotakaan (vaikka lopettaisi tilin), toivottavasti nostavat käyttöehdot esille mahdollisimman monelle*



*käyttäjälle – Toivon, että media ja viranomaiset jne. toimivat tässä asiassa ‘vahtikoirana’ puolestani.*

Joukossa on muutama, joka uskoo käyttäjien omaan kollektiiviseen voimaan – siihen, että protestein ja julkisen huomion tuella käyttäjät voivat vaikuttaa käyttöehtoihin ja saada ne muuttumaan kannaltaan paremmiksi: *kehittyvät parempaan suuntaan käyttäjäpalautteiden, kriittisen julkisuuden sekä kehittäjä-ylläpitäjien tekemien töppäysten kautta – nykyään käyttäjäyhteisö reagoi muutoksiin nopeasti ja tieto kulkee käyttäjältä käyttäjälle varsin vauhdikkaasti - ja organisoidut mielenilmaukset saattavat jopa vaikuttaa linjauksiin – Onneksi yhteisö on niin iso, että se älähtää helposti FB:n edesottamuksista – Ja jos niihin yritetään saada aikaan käyttäjien kannalta huonompia muutoksia, käyttäjät kyllä reagoivat asiaan.*

Lopulta voi panna merkille, että suhtautumistapojen rivien väleistä pilkotelee vähintäänkin epäsuorasti halu luottaa siihen, että käyttöehtoihin ei lopulta kätkeydy käyttäjälle todellista riskiä – sen enempää omien tietojen ja materiaalien liian avoimen leviämisen kuin näiden järjestelmällisemmän hyväksi tai väärin käyttämisen mielessä. Seuraavassa poiminnassa lausutaan julki, miten Facebookin riskien todennäköisyyttä puntaroidaan silloin, kun niitä arvioidaan asiakkaan asemasta:

*En pidä siitä että palvelun oikeudet menevät jäsenen oikeuksien edelle, ja että kaikki materiaali luovutetaan FB:n käyttöön ikuisiksi ajoiksi, myös palvelun lopettamisen jälkeen. Toisaalta sama koskee myös G-mailia ja google-hakuja, mutta harva näistä asioista nykyään välittää koska molempien käytöstä on tehty lähes välttämätöntä. Toisaalta en usko että internetissä olevia tietoja minusta tullaan käyttämään minua vastaan, paitsi kenties jos joku sotilasjunta ottaa Euroopan valtaansa ja minut vangitaan.*



# Päätteleviä huomioita

Johdantoluvussa varoitin, että tulkintani käyttäjien Facebookia koskevista mielipiteistä ja heidän kokemuksistaan sivustolla eivät kehidy tutkimuksen loppuun tultaessa lukkoonlyödyiksi päätelmiksi. Joitakin tiivistäviä huomioita on tarkastelun pohjalta silti mahdollista esittää.

Lähtökohtani oli ensiksikin kysymys käyttäjien suhtautumisesta Facebookin tilaluonteeseen ja erityisesti sen rakenteellisuuksiin verkkotilana. Tältä osin voi todeta, että oletus sekä Facebook-ympäristön että sitä kannattelevan materiaalis-taloudellisen infrastruktuurin annettuna ottamisesta sai tutkimuksessa vahvistusta. Käyttäjät jättivät huomiotta myös Facebookin teknologisen 'tila-arkkitehtuurin' yhteydet sekä sivustolla tapahtuvaan viestintään ja vuorovaikutukseen että omaan toimintaansa siellä. Samalla ärtymys käytön automatisoitumista estävästä sivuston muuttumisesta ja palvelun teknisistä ongelmista kieli osaltaan siitä, että verkon materiaalisuus välissä-olevana mediumina haluttaisiin pystyä si-vuuttamaan vieläkin tehokkaammin. Sinänsä kokemus Facebookin tietyn-laisuudesta tilana ja tämän vaikutuksista olemiseen ja kanssakäymiseen sivustolla on epäsuorasti läsnä esimerkiksi kritisoitaessa toisten käyttäjien asiattomaksi koettua toimintaa tai paheksuttaessa yksityisen ja julkisen normitettuja rajoja rikkovaa käyttäytymistä.

Tutkimuksen toisena punaisena lankana on kulkenut kysymys niistä toimijarooleista, joihin käyttäjät asettuvat yhtäältä viestiessään sivustolla muille ja muiden kanssa sekä toisaalta suhtautuessaan Facebookiin sivuston omistajana ja ylläpitäjänä. Ensin mainitun osalta voi panna merkille, että Facebookissa olemista jäsentävät erityisen merkittävästi uudenlaiset tavat toimia yleisönä ja esiintyjänä – tavat, joita sivuston rakenneominaisuudet eivät vain tee mahdollisiksi, vaan joihin ne myös pakottavat käyttäjiä usein vastoin näiden tahtoa. Lisäksi huomiota kiinnittää paitsi yleisöroolin hallitsevuus Facebook-ympäristössä myös yleisön ja esiintyjän positoiden kahtalaisuus – niiden samanaikainen kiinnittyminen ja vastavuoroinen kietoutuminen yhteydenpidolliseen ja esitykselliseen viestintään sivustolla.

Facebookin kahtalaisuus sosiaalisena tilana, sen toimiminen yhdellä kertaa sekä keskinäisen yhteydenpidon ja kanssakäymisen paikkana että muille esiintymisen ja muiden yleisöksi asettumisen (sisä)julkisena areenana nousee vahvasti esiin myös käyttäjäkokemuksessa. Kahtalaisuus jäsentää sivustolla tapahtuvaa viestintää ja synnyttää siihen jännitteitä silloinkin, kun puhe on arkisten kuulumisten vaihtamisesta lähipiirin kesken. Yhden ääri-ilmauksen nämä jännitteet saavat mielipiteissä, joiden mukaan Facebookin tulisi olla 'aidosti sosiaalinen media' eli pelkästään yhteydenpidon väline.

Suhteessa Facebookiin yrityksenä ja palveluntarjoajana tutkimuksessa piirtyy hallitsevana näkyviin – tarkastelijan näkökulmasta riippuen – realistisen, inhorealistisen tai kyynisen asiakkaan positio, johon asetutaan useimmiten silloinkin, kun Facebook-yrityksen toiminta sapettaa ja aiheuttaa kiukkuista murinaa. Tässä asemassa ei pelkästään tunnisteta isoja taloudellis-yhteiskunnallisia rakenteita, joissa ihmisen osa on pienen ja vallattoman kuluttajan osa, vaan tällainen rooli ja sen rajat on pitkälti sisäistetty. Asiakkaan asenteen läpitunkevuus selittää osaltaan myös käyttäjäkokemuksen ristiriitaisuutta – sitä, että niin sosiaalisten yhteyksien piiriin laajentuminen kuin sivuston avaamat uudenlaiset mahdollisuudet minän julkiseen esittämiseen ja muiden elämän julkisten esitysten seuraamiseen mediayleisöyttä muistuttavasta asemasta ovat samalla kertaa sekä Facebookin hyviä että sen huonoja puolia. Pakkoyleisöys ja -esiintyminen sekä muut sivustolla olemisessa kiusaavat seikat ovat jotakin, joka on vain kestettävä, jos haluaa nauttia kaikesta siitä hyvästä ja mukavasta, minkä Facebook ilmaisiasiakkailleen mahdollistaa.

Yksi tapa tulkita mukautuvan asiakkaan suhtautumistavan läpitunkevuutta on katsoa, että se kertoo hyvinvoinnin ja konsumerismin korkeasta asteesta 2000-luvun alun länsimaassa nimeltä Suomi. Pitkälle kehittyneen markkinatalouden tuodittama 'kulutuksen syvä uni' tarjoaa oman selityksensä myös sille, että hilpeys, hauskuus ja viihtyminen nousevat niin vahvasti pinnalle Facebookissa olemisen tavoiteltavina puolina samalla kun turvattu ja turvallinen mutta ah niin tylsä ja ikävä arki halutaan sulkea ulkopuolelle iloa pilaamasta.

Verkon sosiaalisen median rooli lihamaailman massamittaisten yhteenkokoontumisten järjestämisessä – julkisista mielenilmauksista ja katujuhlista puistojen putelipiknikkeihin – on ollut viime aikoina näyttävästi

esillä valtamediassa. Journalistisessa kerronnassa verkostosivustojen keskeisyyttä korostetaan erityisesti, kun tilanteet fyysisessä julkisessa tilassa karkaavat käsistä; protestit yltyvät väkivaltaisiksi tai viranomaisten kaipaama vastuullista järjestäjätahoa ei löydy. Facebookin käyttö kuvatuunlaisiin tarkoituksiin ei noussut tässä tutkimuksessa merkittäväksi asiaksi, joskin jos tutkimus tehtäisiin nyt, tilanne saattaisi olla toinen. Käyttäjäpuheessa viitataan toki paljon siihen, että sana myös erilaisista tapahtumista liikkuu ja leviää sivustolla kulovalkean tavoin. Usein kyse on kuitenkin illanistujaisista, syntymäpäiväjuhlista tai muista luonteeltaan yksityisistä tai yhteisöllisistä kokoontumisista. Hädin tuskin kourallinen käyttäjiä mainitsee Facebookin hyvänä puolena esimerkiksi sen, että sivuston kautta saa tietoa yhteiskunnallisista kampanjoista tai mielenosoituksista. Toisaalta on syytä muistaa, että verkkokyselyn kysymykset kohdensivat huomion nimienomaisesti Facebookiin ja siellä olemiseen – ja niistä kerrottaessa kulluttajaleisöksi asettuminen jättää toisenlaiset toimijapositiot varjoonsa. Yhteiskunnallisia kiistakysymyksiä yhteiseen keskusteluun tuovan julkison roolin marginaalisuus tässä tutkimuksessa ehdottaa joka tapauksessa, että Facebook on – Hannah Arendtia ([1958] 2002) mukaillen – julkinen tila nimienomaisesti muille näkymisen ja muiden näkemisen, ei niinkään kollektiivisen puntaroinnin ja ongelmanratkaisun mielessä. Sivustolla poliittikka samastuu ennen muuta oikeuteen esittää minänsä yleisöksi ymmärretyille toisille sellaisena kuin itse haluaa.

Kun puhutaan Facebook-ympäristöstä julkisen viestinnän tilana, huomiota kiinnittää myös sivuston ja perinteisten joukkoviestintien sutjakkaasti toimiva työnjako uutisten välityksessä. Havainnollisen esimerkin Facebookille tässä työnjaossa muotoutuneen roolin luonteesta ja käyttäjien samaan aikaan usein hilpeän vallattomasta suhtautumistavasta Facebook-viestintään, tarjoaa poiminta lehtikirjoittelusta heinäkuussa 2011 tapahtuneen Norjan veriteon yhteydessä. Aamulehti 24.7.2011 otsikoi Uutiset/Norjan suru -vinjetillä varustetun erikoisuutissivun kainalojuttunsa suoralla sitaatilla *”Pidin kavereiden viestejä pilana”*. Jutussa norjalaisnuori kertoo ehtineensä tykkäyspeukuttaa kavereidensa päivityksiä ampumisista ja uskoneensa ne todeksi vasta kun avasi uutissivuston, jolla asiasta kerrottiin. Samalla kun poiminta kertoo epäsuorasti Aamulehden tavasta esittää Facebookin käyttäjät tietynlaisina, juttu havainnollistaa sitä sivuston hyvien puolten yhteydessä esiin noussutta seikkaa, että journalistisesti tuotettu julkisuus määrittelee sen kehiksen, jonka sisällä

Facebook-käyttäjät toimivat kaveriverkostojen virtapiireissä yleisönä yhteiskunnalliselle tapahtumiselle.

Kovin juhlallisia päätelmiä on syytä välttää tutkimuksen lopuksi siksin, että hankkeen toteuttamiseen meni aiottua pidempään jo aineiston huomattavan laajuuden ja sen erittelyn työläyden vuoksi. Ajanjakso tutkimusaineiston tuottamisesta keväällä 2010 tutkimuksen valmistumiseen syksyllä 2011 on ikuisuus digitaalisuuden kiihdyttämässä arjessa. Kehityksen vauhti näkyy esimerkiksi siinä, että Facebookissa on ehditty puuttua osaan käyttäjien tässä tutkimuksessa nimeämistä ongelmista, ja jotkut esiin nousevista kehitysideoistakin on jo pantu sivustolla toimeen.

Myös verkon sosiaalisen median isompi pintakuvi on tällä välin väreillyt. Facebookin kasvu jatkuu, mutta eritoten ns. kehittyneissä ja demokraattisissa länsimaissa aiempaa maltillisempana, ja esimerkiksi Pohjois-Amerikassa käyttäjämäärä tuntuu jopa kääntyneen laskuun.<sup>68</sup> Lisäksi kilpailijat kärkkyvät päivä päivältä ahnaammin Facebookin kintereillä pyrkien hyödyntämään sivuston erinäisiä heikkouksia omina valttikortteinaan. Nähtäväksi jää, pystyvätkö Diaspora, Google+ ja muut vielä muhituksessa tai kokeiluasteella olevat konseptit ratkaisemaan esimerkiksi yksityisyyden suojaamisen ongelmat toimivasti ja rakentamaan palvelun, joka päihittää Facebookin olemalla kuin se mutta parempi.

Tilasta ja maaperää Facebookin haastajille joka tapauksessa on, kuten tässäkin tutkimuksessa huomattiin. Niin kuin usein aiemmin teknologisten sovellusten historiassa, tulevaisuuden ennustaminen on kuitenkin vaikeaa, ja kehityksen kulku saattaa poiketa suuresti insinöörien ja markkinoiden haaveilemasta tai tutkijoiden ounastelemasta. Varmalta joka tapauksessa näyttää, että käyttäjien uskollisuuden varaan verkostosivustojen haltijoiden ei kannata laskea. Kuten yksi tutkimuksen ryhmäkeskusteluun osallistunut asetelman arvaamattomuuden osaltaan kiteytti, *kun toinen väline toimii paremmin ja ajaa saman asian paremmin, lähden pois*. Oma kysymyksensä tosin on, kuinka merkittävänä vallan muotona verkon käyttäjien oikullisuutta voidaan lopulta pitää. Ja kuten esimerkit edeltävissä luvuissa osoittavat, Facebookista lähteminen on käytännössä

---

68 Ks. esim. *Inside Facebook* 12.6.2011: 'Facebook Sees Big Traffic Drops in US and Canada as It Nears 700 Million Users Worldwide' (<http://www.inside-facebook.com/>). *Guardian.co.uk* 13.6.2011: 'Facebook growth slows for second month in a row' (<http://www.guardian.co.uk/technology/2011/jun/13/facebook-growth-slows-for-second-month>).

helpommin sanottu kuin tehty – puhumattakaan siitä, että jäljet käyttäjän Facebook-minästä eivät sivustolta poistuttaessa katoa.

Paljon on siis tapahtunut, mutta mikä oikeastaan on muuttunut? Ja onko muutos ollut sellainen, että Facebookin käyttäjien parin vuoden takaiset kokemukset ja mietteet ovat jo pölyttävä episodi internetin käytön historiankirjoituksessa? Ehkä osin niin, mutta toivoakseni tutkimuksen avaamista kurkistusluukuista on piirtynyt näkyviin myös jotakin pysyvämmän huomion arvoista teknologiavälitteisestä maailmassa olemisesta, jossa merkittävä osa ihmisten julkista yhteiselämää toteutuu Facebookin tapaisissa verkkotiloissa ja niissä syntyvissä tilanteissa – toisiinsa jännitteisesti kietoutuviin yhteydenpidollisiin ja esityksellisiin toimija-asemiin asettuen ja joutuen.

Nostettakoon aivan lopuksi vielä esiin seikka, joka yhdistää kiinnostavasti Facebookin perustajaa Mark Zuckerbergiä, tämän tutkimuksen Facebook-käyttäjiä ja erinäisiä verkostosivustojen tutkijoita. Nimittäin Facebookin koukuttavan suosion ja samalla myös sen ikävien puolten palauttaminen perusihmilliseen tarpeeseen olla toisten ihmisten seurassa ja saada näiltä huomiota, hyväksyntää ja huolenpitoa. Koska ihmiset eivät tunnu voivan tälle vietin tasoiselle lajiominaisuudelleen mitään, siihen puuttumalla heitä on mahdollista myös huijata ja vedättää tehokkaasti – ja juuri tähän kultasuoneksi osoittautuneeseen sosiaaliseen hermoonhan Facebook monien käyttäjien ja tutkijoiden mielestä näyttäisi onnistuneesti iskeneen.

Merkillepantavaa ihmisluontoon vetoamisessa on ensiksikin, että se varaa teknologialle hyvin välineellisen roolin siihen nähden ulkopuolisina pidettyihin tarpeisiin vastaajana. Niinpä Zuckerberg torjuessaan talvella 2010 yhtiön toimintatapoja kohtaan suunnattua arvostelua esitti, että Facebook pelkästään reagoi omasta voimastaan muuttuneisiin kanssakäymisen tapoihin ja pyrkii mukauttamaan oman toimintansa niitä jäsentäviin, sivustosta itsestään riippumattomiin normeihin:

*Ihmiset jakavat nykyään todella rennosti paitsi yhä enemmän ja monenlaista tietoa myös yhä avoimemmin ja yhä useampien ihmisten kanssa. Tällainen sosiaalinen normi on vain ajan mittaan kehkeytynyt. Katsomme, että oma osuutemme järjestelmässä on keksiä ja päivittää jatkuvasti omaa järjestelmäämme peilaamaan kulloisiakin sosiaalisia normeja. (...) ...*

*arvioimme... mitä tekisimme, jos olisimme aloittamassa yhtiötä nyt, ja päätimme, että nämä olisivat nykyiset sosiaaliset normit, ja panimme vain toimeksi.*<sup>69</sup>

Oikeustieteilijä James Grimmelman (2009, 1151) puolestaan pitää sosiaalisten tarpeiden pakottavuutta syynä siihen, että ihmiset jakavat niin huoltomasti omia tietojaan Facebookissa:

*Miksi niin monet Facebookin käyttäjät luottavat sen käsiin niin paljon henkilökohtaisia tietoja? Vastaus on, että ihmisillä on sosiaalisia syitä osallistua verkostosivustoille ja nämä sosiaaliset motivaatiot selittävät, miksi käyttäjät arvostavat Facebookia huolimatta sen tunnetuista riskeistä yksityisyydelle ja miksi he järjestelmällisesti aliarvioivat nuo riskit.*

Sosiaalisen perustarveselityksen taustalla hämmöittää lisäksi sangen biologistinen ihmiskuva. danah boyd (2008b, 17) soveltaakin kehitysbiologi Robin Dunbarin (1992, 1996) esimerkkiä apinoiden tavasta sukia toinen toistensa turkkia ehdottaessaan, että Facebook hyödyntää surutta ihmiselle tyypillistä viehtymystä seurata toistensa asioita, jos tämä vain tehdään mahdolliseksi. Ongelmat syntyvät siitä, että myös ihmisapinan kyky käsitellä suurta määrää sosiaalista informaatiota vastavuoroisesti on rajallinen. boyd (mt.) päätyy toteamaan sarkastisesti, että se mikä digitaalisuuden mahdollistamassa suhteiden moninkertaistumisessa on mahtavaa Facebookille yrityksenä, ei välttämättä ole hyväksi ihmisille.

Kuvatulta pohjalta verkon sosiaalista mediaa siis hallitsevat ne, jotka kykenevät muita taitavammin soveltamaan lajitovereidensa manipuloinnissa Abraham Maslowin (1943) tunnettua tarvehierarkiaa. Sen mukaanhan ”vain elämän ylläpito ja turvallisuus menevät perustarpeina sosiaalisuuden edelle” (Grimmelman 2009, 1151). Ja kuten Facebookin käyttäjät ovat edeltävissä luvuissa havainnollistaneet tai kuten Grimmelman (mt.) huomauttaa, tarjotessaan alustan ”identiteettien muovailulle, vastavuoroisten suhteiden luomiselle ja sosiaalisen pääoman keräämiselle”, Facebook tuntuu toden totta toimivan tehokkaana ”inhimillis-sosiaalisten

---

69 Mark Zuckerberg TechCrunchin perustajan Michael Arringtonin haastattelussa 8.1.2010: <http://www.ustream.tv/recorded/3848950>. Litteraatio haastattelun po. kohdasta: [http://www.huffingtonpost.com/2010/01/11/facebook-zuckerberg-the\\_n\\_417969.html](http://www.huffingtonpost.com/2010/01/11/facebook-zuckerberg-the_n_417969.html) tai <http://www.readwriteweb.com/archives/facebook-zuckerberg-says-the-age-of-privacy-is-over.php>



kutinoiden' raaputtimena. Askarruttamaan silti jää tällaisen ihmiskuvan suljettuus: sen pohjalta enemmistö meistä on lukittu luonnonvalinnan nojalla hyväksikäytettävän uhrin rooliin, koska ei yksinkertaisesti voi mitään 'sosiaaliselle eläimelleen'.

Tähänkö selitykseen on tyytyminen?



## Kirjallisuus

- Albrechtslund, Anders (2008) Online Social Networking as Participatory Surveillance. *First Monday* 13(3), March 2008.  
<http://firstmonday.org/article/view/2142/1949>
- Andrejevic, Mark (2009) Critical Media Studies 2.0: an interactive upgrade. *Interactions: Studies in Communication and Culture* 1(1): 35–51.
- Arendt, Hannah ([1958] 2002) *Vita Activa. Ihmisenä olemisen ehdot*. Tampere: Vastapaino (Engl. alkuteos *The Human Condition*). Suom. Työryhmä.
- Baym, Nancy K. (2010) *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge: Polity Press.
- Beer, David (2009) Power through the algorithm? Participatory web cultures and the technological unconscious. *New Media & Society* 11(6): 985–1002.
- Bigge, Ryan (2006) The cost of (anti-)social networks: Identity, agency and neo-luddites. *First Monday* 11(12), December 2006.  
<http://firstmonday.org/article/view/1421/1339>
- boyd, danah (2006) Friends, Friendsters, and MySpace Top 8: Writing Community Into Being on Social Network sites. *First Monday* 11(12), December 2006.
- boyd, danah (2008a) Why Youth ♥ Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. Teoksessa Buckingham, David (ed.) *Youth, Identity, and Digital Media*. MacArthur Foundation Series on Digital Learning. Cambridge, MA: MIT Press, 119–142.
- boyd, danah (2008b) Facebook's Privacy Trainwreck. Exposure, Invasion, and Social Convergence. *Convergence* 14(1): 13–20.
- boyd, danah (2009) Social Media is Here to Stay... Now What? *Microsoft Research Tech Fest*, Redmond, USA, 26 February 2009.  
<http://www.danah.org/papers/talks/MSRTechFest2009.html>
- boyd, danah (2010) Facebook and “radical transparency” (a rant). *danah boyd – Apophenia* 14.5.2010. <http://www.zephoria.org/thoughts/archives/2010/05/14/facebook-and-radical-transparency-a-rant.html>
- boyd, danah & Ellison, Nicole B. (2007) Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13(1), article 11. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- boyd, danah & Hargittai, Eszter (2010) Facebook privacy settings: Who cares? *First Monday* 15(8), August 2010. <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/3086/2589>
- Cardiff, David & Scannell, Paddy (1987) Broadcasting and national unity. Teoksessa Curran, James & Smith, Anthony & Wingate, Pauline (eds.)

- Impacts and Influences. Essays on Media Power in the Twentieth Century.* London & New York: Methuen, 157–173.
- Carroll, Lewis ([1896] 1993) *Alice in Wonderland and Through the Looking Glass.* Hertfordshire: Wordsworth Edition Limited.
- Cassidy, John (2006) Me Media. How hanging out on the Internet became big business. *The New Yorker* 15.5.2006.
- Cavell, Richard (2002) *McLuhan in Space. A Cultural Geography.* Toronto etc.: University of Toronto Press.
- Cohen, Julie E. (2007) Cyberspace as/and Space. *Columbia Law Review* 107(1): 210–256.
- Davis, Jenny (2010) Architecture of the personal interactive homepage: constructing the self through MySpace. *New Media & Society* 12(7): 1103–1119.
- Dayan, Daniel & Katz, Elihu (1992) *Media Events. The Live Broadcasting of History.* Cambridge, Mass. Harvard University Press.
- Donath, Judith & boyd, danah (2004) Public displays of connection. *BT Technology Journal* 22(4): 71–82.
- Dunbar, Robin (1992) Neocortex Size as a Constraint on Group Size in Primates. *Journal of Human Evolution* 22(6): 469–493.
- Dunbar, Robin (1996) *Gossip, Grooming and the Evolution of Language.* London: Faber & Faber.
- Gaver, William W. (1992) The Affordances of Media Spaces for Collaboration. *Proceedings of the ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work. CSCW'92.* New York: ACM, 17–24.
- Giaccardi, Chiara (2011) From tactile to magic: McLuhan, changing sensorium and contemporary culture. *McLuhan Galaxy Conference. Understanding Media, Today. Barcelona, May 23<sup>rd</sup>–25<sup>th</sup>. Conference Proceedings,* 659–672. [http://www.digitalrumors.net/mcluhangalaxybcn11/extended/McLuhanGalaxyConference\\_book.pdf](http://www.digitalrumors.net/mcluhangalaxybcn11/extended/McLuhanGalaxyConference_book.pdf)
- Goffman, Erving ([1959] 1971) *Arkielämän roolit.* Porvoo: WSOY. (Engl. alkuteos *The presentation of self in everyday life*). Suom. Erkki Puranen.
- Gordon, Eric & de Souza e Silva, Adriana (2011) *Net Locality. Why Location Matters in a Networked World.* West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Greenfield, Adam (2006) *Everyware. The dawning of ubiquitous computing.* Berkeley, CA: New Riders.
- Grimmelman, James (2009) Saving Facebook. *Iowa Law Review*, vol. 94: 1137–1206.

- Handelman, Don (2003) Toward the Virtual Encounter: Horton's and Wohl's "Mass Communication and Para-Social Interaction". Teoksessa Katz, Elihu & Peters, John Durham & Liebes, Tamar & Orloff, Avril (eds.) *Canonic Texts in Media Research*. Cambridge: Polity, 137–151.
- Hermida, Alfred & Logan, Donna & Fletcher & Korell, Darryl (2011) *Social Networks Transforming How Canadians Get the News*. A Report by Canadian Media Research Consortium. <http://www.mediaresearch.ca/en/projects/documents/CRMCSocialnewsApril27.pdf>
- Horton, Donald & Wohl, R. Richard (1956) Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance, *Psychiatry* 19: 215–229.
- Jarrett, Kylie (2008) Interactivity is Evil! A critical investigation of Web 2.0. *First Monday* 13(3), March 2008. <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2140/1947>
- Katz, Elihu & Lazarsfeld, Paul F. (1955) *Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Illinois: The Free Press.
- Kirkpatrick, Marshall (2009) The Day Has Come: Facebook Pushes People to Go Public. 9.12.2009. [http://www.readwriteweb.com/archives/facebook\\_pushes\\_people\\_to\\_go\\_public.php](http://www.readwriteweb.com/archives/facebook_pushes_people_to_go_public.php)
- Kirkpatrick, Marshall (2010) Facebook's Zuckerberg Says The Age of Privacy is Over. [http://www.readwriteweb.com/archives/facebook\\_zuckerberg\\_says\\_the\\_age\\_of\\_privacy\\_is\\_ov.php](http://www.readwriteweb.com/archives/facebook_zuckerberg_says_the_age_of_privacy_is_ov.php)
- Kitchin, Rob & Dodge, Martin (2011) *Code/Space. Software and Everyday Life*. Cambridge, MA & London: The MIT Press.
- Kohvakka, Raili (2010) Sosiaalinen media vahvasti läsnä nuorten arjessa. *Tieto & trendit* 8/2010. [http://tilastokeskus.fi/tup/tietotrendit/tt\\_08\\_10.html](http://tilastokeskus.fi/tup/tietotrendit/tt_08_10.html)
- Lessig, Lawrence (1999) The Law of the Horse. What Cyberlaw Might Teach? *Harvard Law Review* 113(2): 501–546.
- Li, Charlene & Bernoff, Josh & Fiorentino, Remy & Glass, Sarah (2007) Social Technographics. Mapping participation in Activities Forms the Foundation of a Social Strategy. [http://faculty.cbpp.uaa.alaska.edu/afef/mapping\\_participation\\_in\\_activit.htm](http://faculty.cbpp.uaa.alaska.edu/afef/mapping_participation_in_activit.htm)
- Maslow, Abraham H. (1943) A Theory of Human Motivation. *Psychological Review* 50, 370–396.
- Matikainen, Janne (2009) *Sosiaalisen ja perinteisen median rajalla*. Helsingin yliopisto: Viestinnän tutkimuskeskus. Raportteja 3/2009.
- McKeon, Matt (2010) *The Evolution of Privacy on Facebook*. <http://mattmckeon.com/facebook-privacy/>

- McLuhan, Marshall ([1964a] 1984) *Ihmisen uudet ulottuvuudet*. Juva: WSOY.  
(Engl. alkuteos *Understanding Media. The extensions of man*). Suom.  
Antero Tiusanen.
- McLuhan, Marshall (1964b) New Media and the Arts. *Arts in Society* 3.2 (Fall/  
Winter 1964–1965): 239–242.
- Meyrowitz, Joshua (1985) *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on  
Social Behavior*. New York & Oxford: Oxford University Press.
- Mills, Wright C. ([1956] 1995) The Mass Society. Teoksessa Jackall, Robert (ed.)  
*Propaganda*. Houndmills: Macmillan Press, 74–101.
- Mitchell, William J. (2004) *Me++. The Cyborg Self and the Networked City*.  
Cambridge, MA & London: The MIT Press.
- Morley, David (2006) What's 'home' got to do with it? Contradictory dynamics  
in the domestication of technology and the dislocation of domesticity.  
Teoksessa Berker, Thomas & Hartmann, Maren & Punie, Yves & Ward,  
Katie J. (eds.) *Domestication of Media and Technology*. Maidenhead: Open  
University Press, 21–39.
- Nielsen Online (2009) Global Faces and Networked Places. A Nielsen Report on  
Social Networking's New Global Footprint. March 2009. [http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2009/03/nielsen\\_globalfaces\\_mar09.pdf](http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2009/03/nielsen_globalfaces_mar09.pdf)
- Opsahl, Kurt (2010a) Facebook's Eroding Privacy Policy: A Timeline. 28.4.2010  
<http://www.eff.org/deeplinks/2010/04/facebook-timeline/>
- Opsahl, Kurt (2010b) Six Things You Need to Know About Facebook Connections.  
<http://www.eff.org/deeplinks/2010/05/things-you-need-know-about-facebook>
- Palen, Leysia & Dourish, Paul (2003) Unpacking 'Privacy' for a Networked World.  
*Proceedings of the ACM Conference on Human Factors in Computing  
Systems*. New York: ACM Press, 129–136.
- Papacharissi, Zizi (2009) The virtual geographies of social networks: a  
comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. *New Media  
& Society* 11(1&2): 199–220.
- Petersen Søren Mørk (2008) Loser Generated Content: From Participation to  
Exploitation. *First Monday* 13(3), March 2008. <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2141/1948>
- Pietilä, Veikko (1997) *Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä*. Tampere:  
Vastapaino.
- Pietilä, Veikko & Ridell, Seija (2008) Verkkomedia toimijuuden alustana. Yleisö,  
yhteisö, julkiso ja YouTube. *Lähikuva* 21(2): 27–43.

- Pietilä, Veikko & Ridell, Seija (2010) Yleisö käsitystapojen ristiaallokossa. Teoksessa Pietilä, Veikko & Julkisuuspiiri. *Julkisot, yleisöt ja media*. Tampere: Tampere University Press, 295–320.
- Purcell, Kristen & Rainie, Lee & Mitchell, Amy & Rosenstiel, Tom & Olmstead, Kenny (2010) *Understanding the Participatory News Consumer*. Pew Internet Report, March 1, 2010. [http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2010/PIP\\_Understanding\\_the\\_Participatory\\_News\\_Consumer.pdf](http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2010/PIP_Understanding_the_Participatory_News_Consumer.pdf)
- Ridell, Seija (2001) Internet paikallisena julkisuustilana – verkkoympäristö kaupallisten, hallinnollisten ja kansalaisintressien ristipaineissa. *Kunnallistieteellinen Aikakauskirja* 29(4): 341–360.
- Ridell, Seija (2009) Julkista elämää digitaalisen verkkopussin solmukohdassa. Teoksessa Ridell, Seija & Kymäläinen, Päivi & Nyyssönen, Timo (toim.) *Julkisen tilan poetiikkaa ja politiikkaa. Tieteidenvälisiä otteita vallasta kaupunki-, media- ja virtuaalitiloissa*. Tampere: Tampere University Press, 293–322.
- Ridell, Seija (2010) The cybercity as a medium. Public living and agency in the digitally shaped urban space. *International Review of Information Ethics* 13(3): 12–20.
- Riekkinen, Pekka (2009) Kontrolli verkkoympäristössä. Juridinen pelon mekanismi ja joku raja. Teoksessa Ridell, Seija & Kymäläinen, Päivi & Nyyssönen, Timo (toim.) *Julkisen tilan poetiikkaa ja politiikkaa. Tieteidenvälisiä otteita vallasta kaupunki-, media- ja virtuaalitiloissa*. Tampere: Tampere University Press, 376–406.
- Rothenberg, Randall (2007) Word of Mouse. Will Facebook, MySpace and other social-networking sites transform advertising? *The Economist* 8.11.2007.
- Scharmen, Fred (2006) "You must be logged in to do that!" Myspace and Control. <http://www.sevensixfive.net/myspace/myspacetwopointoh.html>
- Schütz, Alfred ([1932] 2007) *Sosiaalisen maailman merkityksenkäs rakentuminen. Johdatus ymmärtävään sosiologiaan*. Tampere: Vastapaino. (Saks. alkuteos *Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt: Eine Einleitung in die verstehende Soziologie*). Suom. Veikko Pietilä.
- Sirkkunen, Esa (2009) Aidattu vai avoin verkko? Omaehtoisen toiminnan muodot ja rajat sosiaalisen median tiloissa. Teoksessa Ridell, Seija & Kymäläinen, Päivi & Nyyssönen, Timo (toim.) *Julkisen tilan poetiikkaa ja politiikkaa. Tieteidenvälisiä otteita vallasta kaupunki-, media- ja virtuaalitiloissa*. Tampere: Tampere University Press, 350–375.
- Sloop, John M. & Gunn, Joshua (2010) Status Control: An Admonition Concerning the Publicized Privacy of Social Networking. *The Communication Review* 13(4): 289–308.

- Star, Susan Leigh (1999) The Ethnography of Infrastructure. *American Behavioral Scientist* 43(3): 377–391.
- Stenros, Jaakko & Paavilainen, Janne & Kinnunen, Jani (2011) Giving Good ‘Face’: Playful Performances of Self in Facebook. *Proceedings of MindTrek 2011*, September 28–30, 2011, Tampere, Finland. ACM.
- Suomen virallinen tilasto, SVT (2010) *Tieto- ja viestintätekniikan käyttö*. Helsinki: Tilastokeskus. [http://www.stat.fi/til/sutivi/2010/sutivi\\_2010\\_2010-10-26\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2010/sutivi_2010_2010-10-26_tie_001_fi.html)
- Tocqueville, Alexis de ([1935, 1840] 2007) *Demokratia Amerikassa*. Helsinki: Gaudeamus. (Ransk. alkuteos *De la démocratie en Amérique*). Suom. Sami Jansson.
- Tufekci, Zeynep (2008) Can You See Me Now? Audience and Disclosure in Online Social Network Sites. *Bulletin of Science, Technology & Society* 28(1): 20–36.
- Tuszynski, Stephanie (2008) IRL (In Real Life): Breaking Down the Binary Between Online and Offline Social Interaction. Ph.D. Diss. Bowling Green State University. Muokattu versio: [http://www.difilms.com/professional/tuszynski\\_ms2008.pdf](http://www.difilms.com/professional/tuszynski_ms2008.pdf)
- Walther, Joseph B. & Van Der Heide, Brandon & Kim, Sang-Yeon & Westerman, David & Tom Kong, Stephanie (2008) The Role of Friends’ Appearance and Behavior on Evaluations of Individuals on Facebook: Are We Known by the Company We Keep? *Human Communication Research* 34, 28–49.
- Weber, Thomas E. (2010) Cracking the Facebook Code. Blogikirjoitus 18.10.2010. <http://www.thedailybeast.com/blogs-and-stories/2010-10-18/the-facebook-news-feed-how-it-works-the-10-biggest-secrets/>
- Wittel, Andreas (2001) Toward a Network Sociality. *Theory, Culture & Society* 18(6): 51–76.
- Yee, Nick & Ellis, Jason & Ducheneaut, Nicolas (2009) The Tyranny of Embodiment. *Artifact* 2, 1–6.
- Zhao, Shanyang & Grasmuch, Sherry & Martin, Jason (2008) Identity Construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior* 24, 1816–1836.
- Zimmer, Michael (2006a) Facebook Changes Cause Rift in Flow of Personal Information. 6.9.2006 (<http://michaelzimmer.org/2006/09/06/facebook-changes-cause-rift-in-flow-of-personal-information/>)
- Zimmer, Michael (2006b) More on Facebook and the Contextual Integrity of Personal Information Flows. 8.9.2006 (<http://michaelzimmer.org/2006/09/08/more-on-facebook-and-the-contextual-integrity-of-personal-information-flows/>)



- Zimmer, Michael (2008) The Externalities of Search 2.0: The Emerging Privacy Threats when the Drive for the Perfect Search Engine meets Web 2.0. *First Monday* 13(3), March 2008. <http://frodo.lib.uic.edu/ojsjournals/index.php/fm/article/view/2136>
- Zimmer, Michael (2010a) Zuckerberg's Remarks Aren't Surprising, Nor New, Nor True. 12.1.2010. (<http://michaelzimmer.org/2010/01/12/zuckerbergs-remarks-arent-surprising-nor-new-nor-true/>)
- Zimmer, Michael (2010b) Yet Again, Facebook Misunderstands Privacy. 29.3.2010. (<http://michaelzimmer.org/2010/03/29/yet-again-facebook-misunderstands-privacy/>)
- Zimmer, Michael (2010c) Facebook's Zuckerberg: "Having two identities for yourself is an example of a lack of integrity". 14.10.2010 (<http://michaelzimmer.org/2010/05/14/facebooks-zuckerberg-having-two-identities-for-yourself-is-an-example-of-a-lack-of-integrity/>)



## Facebookin rakenne

(heinäkuu 2010)

Facebookin perustoiminnallisuuksiin kuuluvat uutissyöte tai uutisvirta (Newsfeed), käyttäjien profiilisivu, eri tahojen tai käyttäjien luomat fanisivut ja ryhmät, yksityinen viestien lähettämismahdollisuus ja chat sekä erilaiset sovellukset (pelit, testit), joita käyttäjät voivat myös itse luoda. Lisäksi käyttäjät voivat tehdä tilapäivityksiä, lisätä kuvia ja videoita ja kommentoida toisten lisäämää sisältöä, luoda tapahtumia, kutsua niihin ihmisiä ja ilmoittaa itse osallistuvansa tapahtumiin.

Facebook-sivuston värimaailma on sinivalkoinen. Uutissyöte- ja profiilinäkymissä se rakentuu kolmesta rinnakkaisesta sarakkeesta, joista keskimäinen on sitä reunustavia leveämpi. Sarakkeet kiinnittää ylhäällä yhteen vaakatason sininen palkki. Palkin vasemmassa laidassa sijaitseva Facebook-logo toimii linkkinä, jonka kautta käyttäjä pääsee aina uutisvirtänäkymiseen. Palkissa logon vieressä on kolme pienempää kuvaketta, jotka aktivoituvat värilliseksi, kun käyttäjä saa kaveripyyntöjä, henkilökohtaisia viestejä postilaatikkoon tai ilmoituksia Facebookissa tapahtuneista asioista (kun kaveri kirjoittaa julkisen viestin profiilisivun seinälle, lisää kuvan, joku kommentoi tilapäivitystä jne). Kuvakkeiden kautta pääsee tarkastelemaan viestejä lähemmin. Näiden kuvakkeiden jälkeen sinisessä palkissa sijaitsee hakukenttä, jonka kautta voi etsiä ihmisiä ja asioita Facebookin sisällä. Sinisessä palkissa oikealla sijaitsevien linkkien kautta käyttäjä voi klikkautua omalle profiilisivulleen ja pääsee hallinnoimaan omaa käyttäjätiliään.

Facebookin **uutisvirtänäkymä** on samalla käyttäjän etusivu (englanninkielisessä versiossa 'home'), jonka kulloisenkin sisällön näkee vain käyttäjä itse. Uutisvirran sisältö syntyy oman kaveripiirin ja tykättyjen sivujen päivityksistä. Keskimäisen leveän sarakkeen oikeassa yläkulmassa sijaitsevien linkkien kautta käyttäjä voi valita joko 'viimeisimmät uutiset' tai 'kohokohdat', johon valikoituvat eniten kommentteja tai tykkäämispeukkuja saaneet päivitykset. 'Mitä mietit?' -kenttään, joka sijaitsee palkin ylälaidassa heti 'uutisvirta'-otsikon ja linkkien alla, käyttäjä voi tehdä

oman tilapäivityksensä tai lähettää linkin. Nämä tulevat saman tien näkyviin hänen kavereidensa uutisvirrassa ja käyttäjän omalla profiilisivulla. Vastaavasti käyttäjän uutisvirtaan ilmestyvät hänen kavereidensa omilla FB-sivuillaan tekemät tilapäivitykset ja heidän lähettämänsä linkit, mikä lisäksi virtaan tulevat käyttäjän tykkäämillä sivuilla tehdyt päivitykset, tiedot kavereiden hyväksymistä uusista kavereista, fanisivuista tykkäämisistä, ryhmiin liittymisistä, tapahtumiin osallistumisista ja viesteistä, joita käyttäjän kaverit ovat toistensa seinille kirjoittaneet. Omaan uutisvirtaan tuleviin erilaisiin tietoihin on mahdollista reagoida tykkäämällä niistä eli klikkaamalla peukku-kuvaketta tai kommentoimalla niitä, vastaamalla tapahtumakutsuihin, tykkäämällä fanisivuista tai pyytämällä ihmisiä kavereiksi.

Uutisvirtanäkymässä kapeampaa vasenta saraketta koristavat käyttäjän profiilikuva ja nimi. Niiden alla on lista linkeistä Facebookin toimintoihin (uutiset, postilaatikon viestit, tapahtumat, kuvat, kaveripyyntö, mainokset ja sivut, ryhmät jne.). Lisäksi vasemmassa sarakkeessa on kymmenen sillä hetkellä palveluun kirjautuneena olevan kaverin nimet ja kuvat.

Oikeanpuoleinen niin ikään kapea sarake sisältää uutisvirtanäkymässä mahdollisuuden luoda uusia tapahtumia, tietoja tapahtumista, joihin käyttäjä on saanut Facebookissa kutsun, Facebookin ehdotuksia uusiksi kavereiksi tai kehoituksia ottaa yhteyttä Facebook-kavereihin, joihin ei ole pitänyt yhteyttä. Lisäksi oikeassa sarakkeessa on yksi vaihtuva sponsoroitu ilmoitus sekä tiedot saapuneista kaveri-, tapahtuma- ja ryhmäkutsuista. 'Pysy yhteyksissä' -otsikon alla ovat linkit, joiden kautta voi hakea kavereita, kutsua ihmisiä liittymään Facebookiin, seurata kuinka moni kutsun saanut on liittynyt sekä kokeilla mobiili-Facebookia. Oikean alakulman chat-ruutu näyttää, kuinka moni kavereista on linjoilla.

Jokaisella Facebookin käyttäjällä on oma **profiilisivunsa**, jolle hän itse pääsee sivun yläaidan vaakapalkin navigointilinkistä tai uutisvirtanäkymän vasemman sarakkeen yläkulmasta klikkaamalla omaa nimeään profiilikuvan vieressä. Sininen vaakapalkki säilyy samana kuin uutissyötenäkymässäkin, mutta muiden sarakkeiden sisältö vaihtuu. Sinisen vaakapalkin alapuolella on nyt vaalean siniharmaa palkki, jossa on käyttäjän nimi ja sen perässä käyttäjän mahdollisesti tekemä tuorein tilapäivitys. Nimen vieressä vasenta kapeaa saraketta hallitsee iso kuva käyttäjästä ja sen alla näkyvät tieto kaverimäärästä sekä vaihtuvat kuusi kuvaa

kavereista. Oikean puoleisessa niin ikään kapeassa sarakkeessa on – sekä omalla sivulla oltaessa että muiden sivuilla käytäessä – kolme vaihtuvaa bannerimainosta, joista voi tykätä.

Profiilisivuilla leveä keskisarake jakautuu välilehtien avulla seinään, käyttäjätietoihin, kuviin ja mahdollisesti laatikoihin (sovellukset), muistiinpanoihin, linkkeihin jne., sen mukaan, mitä käyttäjä on valinnut itselleen näkyväksi. Profiilisivunsa näkymistä muille on mahdollista rajoittaa säättämällä yksityisyysasetuksia. Välilehtien alla on kenttä, johon voi tehdä omalla sivullaan tilapäivityksen. Seinälle päivittyvät ja tallentuvat käyttäjän itse tekemien statuspäivitysten lisäksi hänen Facebook-kavereidensa seinälle kirjoittamat viestit, lisätyt kuvat sekä tiedot siitä, mitä käyttäjä on tehnyt Facebookissa (uudet kaverit, kuvien tai tilapäivitysten kommentointi, ryhmiin liittyminen, fanisivuista tykkääminen jne).

Käyttäjän oma profiilisivu ja muiden profiilisivut ovat lähes samanlaiset: erona on se, että toisten Facebook-profiileissa vierailtaessa voi nähdä vasemmassa sarakkeessa näiden koko kaverimäärän lisäksi käyttäjän kanssa yhteisten kavereiden määrän. Lisäksi keskisarakkeen tilapäivityskenttään kirjoitetaan tilapäivityksen sijaan viesti kaverille.

Uutisvirtanäkymä on kullekin käyttäjälle omanlaisenaan näkyvä, jatkuvasti päivittyvä ('eteenpäin virtaava') kokoelma Facebook-kavereiden tilapäivityksiä, näiden saman kentän kautta mahdollisesti lähettämiä linkkejä sekä tietoja siitä, mitä Facebookissa on tapahtunut (kaveriksi hyväksymiset, fanitukset, tapahtumakutsuihin vastaamiset). Käyttäjän oma seinä puolestaan kokoaa yhteen ja arkistoi sekä sen, mitä hän itse on Facebookissa tehnyt että viestit, joita hänen kaverinsa seinälle jättävät.



### Verkkokyselyn kysymykset

#### HUOM. avokysymykset lihavoituina

1. Syntymävuosi
2. Sukupuoli
3. Asuinseutu
4. Asuinpaikka tai -kaupunki
5. Perhe/asumismuoto
6. Koulutus
7. Pääasiallinen toiminta tällä hetkellä (jos vastasit 'teen muuta', kerro avovastauskentässä mitä)
8. Jos käyt töissä, mikä on tämänhetkinen ammattisi tai tehtävänkuvasi?
9. Harrastukset
10. Taloudessasi olevat medialaitteet
11. Käyttämäsi nettiliittymät
12. Kuinka usein käytät seuraavia medioita (kirja, sanomalehti, iltapäivälehti, televisio, radio, musiikkitalenteet, internet, teatterielokuva)?
13. Millä välineillä käytät internetiä eri paikoissa? (12 paikkavaihtoehtoa + 'jossain muualla', jonka tarkennus avovastauskenttään; välinevaihtoehtoina pöytäkone, kannettava tietokone, kännykkä sekä muu laite, jonka täsmennys avokenttään)
14. Mitä seuraavista asioista teet internetissä ja kuinka usein (tekemistä kuvaavia vaihtoehtoja 45 + 'muuta', jonka voi tarkentaa avovastauskenttään)?
15. Internetissä käytetyn ajan muutos viimeisten 1–2 vuoden aikana
16. Internetin käyttötapojen muutos viimeisten 1–2 vuoden aikana (jos käyttävät ovat muuttuneet, kerro lyhyesti miten sekä minkä arvelet vaikuttaneen muutokseen)

17. Kuinka usein käytät seuraavia verkon ns. sosiaalisen median palveluita (12 vaihtoehtoa + 'jotakin muuta', jonka tarkennus avovastauskenttään)
18. Onko sinulla Facebook-tili? (myöntävästi vastanneille tarkentava kysymys tilien määrästä)
19. Jos et ole Facebookissa, ajatteletko, että voisit liittyä siihen (perustelut avovastauskenttään)
20. Läheisten ihmisten olo Facebookissa

*Huomautus: Jos et ole Facebookin käyttäjä, voit jättää vastaamatta kysymyksiin 21–44 ja siirtyä kyselyn loppuun*

21. Milloin liityit Facebookiin?
- 22. Kerro lyhyesti, mistä syystä liityit Facebookiin**
- 23. Kuvaile Facebookin hyviä puolia muutamalla sanalla**
- 24. Kuvaile Facebookin huonoja puolia muutamalla sanalla**
25. Millä laitteilla yleensä käytät Facebookia eri paikoissa? (vastausvaihtoehdot samat kuin kysymyksessä 13)
26. Facebookin käyttöaika yksittäisellä käyttökerralla
27. Mitä Facebook-toimintoja käytät ja kuinka usein? (45 vaihtoehtoa + 'muuta', jonka tarkennus avovastauskenttään)
- 28. Mitä muuttaisit Facebookissa?**
29. Kuinka monta kaveria sinulla on Facebookissa?
30. Tämänhetkisiin Facebook-kavereihini kuuluu (14 vaihtoehtoa + 'muuta', jonka tarkennus avovastauskenttään)
31. Kuinka suuri osa nykyisistä Facebook-kavereistasi asuu eri paikkakunnalla kuin sinä?
32. Kuinka suuri osa nykyisistä Facebook-kavereistasi asuu eri maassa kuin sinä?
33. Oletko Facebookissa omalla nimelläsi?
- 34. Kuvaile lyhyesti tämänhetkistä Facebook-profilikuvaasi. Kerro myös, millä perusteilla olet valinnut sen**
35. Mitkä tiedot kerrot itsestäsi Facebookissa? (30 Facebookin tarjoamaa vaihtoehtoa)



36. Statuspäivitysten/postausten määrä viimeisen 7 vuorokauden aikana
- 37. Kerro muutamalla sanalla, millainen on mielestäsi hyvä statuspäivitys**
38. Oletko tehnyt muutoksia Facebookin yksityisyysasetuksiin? **(tehtyjen muutosten tarkennus sanallisesti avovastauskenttään)**
39. Oletko selvillä, mitä sinulle vieraat ihmiset tietävät sinusta Facebook-profiilisi perusteella?
40. Onko sinulle väliä, jos tuntemattomat ihmiset saavat tietoonsa henkilökohtaisia asioitasi Facebookin kautta?
41. Luuletko, että Facebookiin itsestäsi laittamiasi materiaaleja löytyy internetistä, vaikka lopettaisit Facebook-tilisi?
42. Kuinka hyvin tunnet Facebookin käyttöehdot?
- 43. Kerro mitä mieltä olet Facebookin käyttöehdoista**
44. Olisitko valmis maksamaan Facebookin käytöstä (myönteisesti vastanneet voivat tarkentaa summan avovastauskenttään)

*Anna halutessasi palautetta tästä verkkokyselystä. Myös kyselyyn liittyvät kehittämisideat ja -ehdotukset ovat tervetulleita.*

*Osallistuminen tutkimuksen toiseen vaiheeseen:*

*Jos olet kiinnostunut huhtikuussa 2010 toteutettavasta tutkimuksen toisesta vaiheesta, jossa sukellaan syvemmälle Facebookin maailmoihin pienimuotoisten ryhmäkeskustelujen avulla, jätä meille yhteystietosi, niin kerromme lisää.*



*Taulukko 1: Vastaajien tavallisimmat medialaitteet*

Medialaite	vastaajista %:lla
matkapuhelin	99,1
kannettava tietokone	89,3
digikamera	88,6
radio	82,4
cd-soitin	82,4
televisio	81,5
mp3-soitin	77,5
dvd-soitin	72,1
web-kamera	57,1
pöytätietokone	51,5
kasettisoitin	49,2
pelikonsoli	38,8
vhs- videot	35,3
levysoitin	26,7
filmikamera	25,1
kotiteatteri	21,0
digivideokamera	14,6
lankapuhelin	8,2
videokamera	8,0
muu	6,3

*Taulukko 2. Vastaajien eri medioiden käyttö*

Media	käyttää päivittäin %	ei käytä koskaan
internet	99,4	0
televisio	66,9	3,5
musiikkitalenteet	56,7	1
sanomalehti	53,4	1,6
kirja	46,5	1,4
radio	41,2	4,1
iltapäivälehti	13,2	13,1
teatterielokuvat	0,7	3,8

*Taulukko 3. Yleisimmät tavat käyttää internetiä vastaajajoukossa*

Käyttötapa	käyttää päivittäin %
Sähköpostin lukeminen / kirjoittaminen	95,7
Hakukoneiden käyttö	87,8
Yhteisösivustojen käyttäminen	86,5
Kotimaisten verkkolehtien lukeminen	67,0
Verkon tietovarantojen käyttö	57,5
Internet koulutyön / opiskelun apuna	46,7
Kotimaisten mediasivustojen seuraaminen	39,7
Chattailu	32,5
Musiikin kuuntelu tai lataus	32,2
Keskustelupalstojen lukeminen	30,3
Valokuvien katseleminen	27,4
Blogien lukeminen	24,5

*Taulukko 4. Harvalukuisimmat tavat käyttää internetiä vastaajajoukossa*

Käyttötapa	ei käytä koskaan %
Maksullisten internetpelien pelaaminen	91,0
Avoimen koodin ja ohjelmistojen tekemiseen / kehittämiseen osallistuminen	90,9
Virtuaalimaailmoihin osallistuminen	87,6
Deittisivustoilla käyminen	80,4
Videoiden julkaiseminen	78,1
Wiki-sivustojen tekemiseen osallistuminen	74,6
Oman blogin kirjoittaminen	68,5
Verkkoaktivismi	66,7
Verkkosivujen tekeminen tai ylläpito	63,5
Vaihtoehtomedian seuraaminen	59,3
Vierailu netin seksisivustoilla	57,1
Internet-huutokauppaan osallistuminen	54,5

*Taulukko 5. Verkon sosiaalisen median palvelujen käyttö*

Sosiaalinen media	käyttää päivittäin %	ei käytä koskaan %
Facebook	85,9	6,3
Wikipedia	32,1	2,1
YouTube	28,9	3,9
Blogit	25,5	14,3
Twitter	5,2	71,1
MySpace	2,1	53,1
IRC-galleria	2,1	67,2
Flickr	1,6	68,2
LinkedIn	0,9	77,3
Second Life	0,1	94,1
Orkut	0	96,6
Bebo	0	97,1

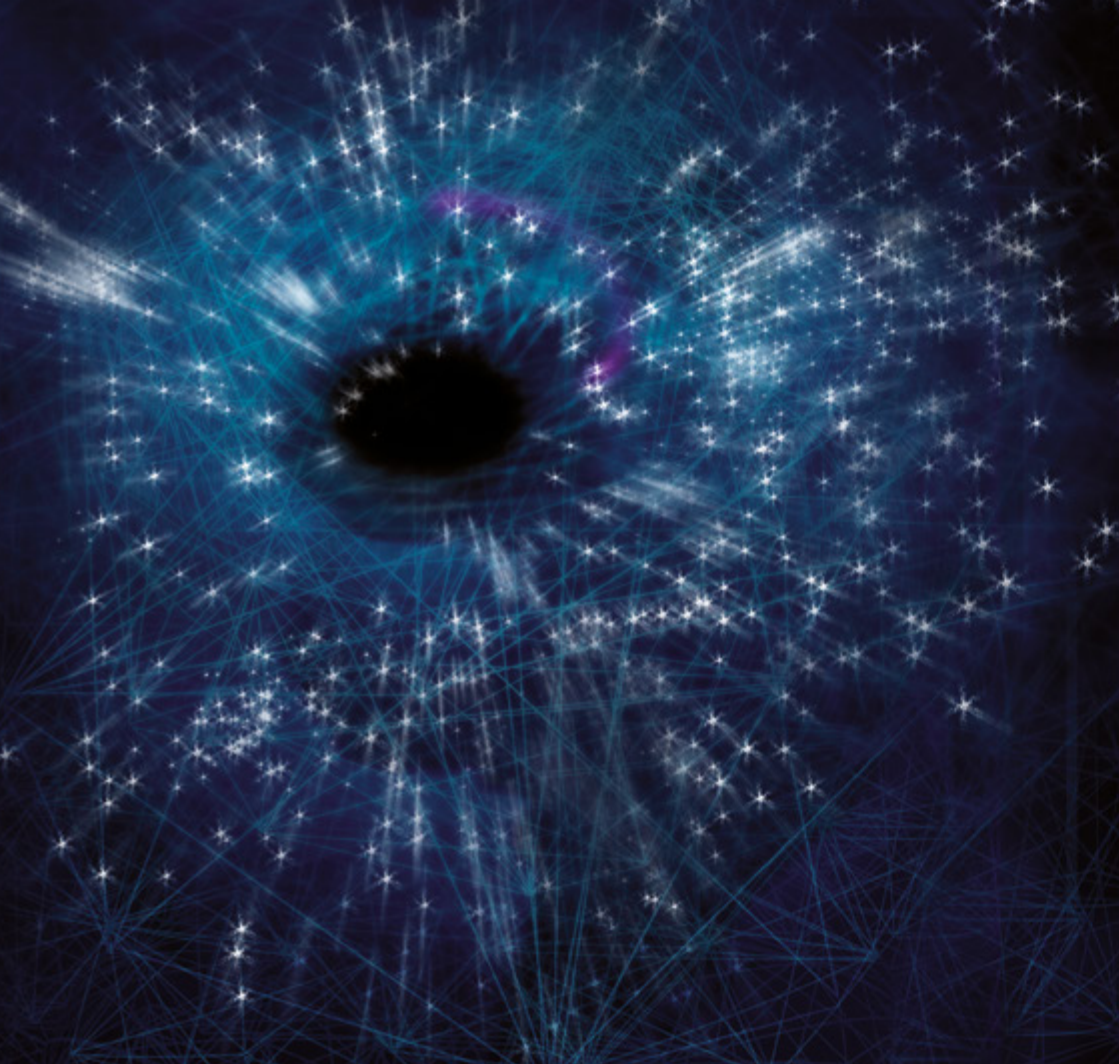
*Taulukko 6. Facebookin eniten käytetyt toiminnot*

Toiminto	käyttää usein %
Syötteen lukeminen	85,0
Kavereiden kuvien katseleminen	46,1
Kavereiden profiilien seuraaminen	43,8
Kavereiden tilapäivityksistä tykkääminen	41,0
Kavereiden tilapäivitysten kommentoiminen	38,1
Tilapäivitysten kirjoittaminen	36,3
Viestien lähettäminen kavereiden postilaatikkoon	35,1
Syntymäpäiväonnittelujen hoitaminen Facebookissa	34,4
Chattailu	30,1
Tapahtumatietojen seuraaminen	29,9
Tapahtumakutsuihin vastaaminen	29,7
Kavereiden kuvista tykkääminen	26,5

*Taulukko 7. Facebookin vähiten käytetyt toiminnot*

Toiminto	ei käytä koskaan %
Roskapostin lähettäminen	91,0
Mainosten luominen	88,0
Facebook-testien laatiminen itse	85,3
Treffikumppanien etsiminen Facebookissa	82,8
Palautteen lähettäminen Facebookille	80,9
Omien 'hyvien asioiden' luominen	79,1
Loukkaavista viesteistä raportointi	76,2
Fanisivujen luominen	75,9
Lahjojen lähettäminen	65,9
Videoiden lisääminen	63,5
Pelien pelaaminen	56,9
Kavereiden tökkäily	49,8





**Kirja** suuntaa ulkopuolelta tulevan katseen 2000-luvun alun teknologiavälitteiseen sosiaalisuuteen sellaisena kuin se toteutuu maailman suosituimmalla verkostosivustolla, Facebookissa. Sivuston käyttäjien mielipiteiden ja kokemusten pohjalta hahmotellaan, millaisia uudenlaisia yhteydenpidon, muille näkymisen ja kanssakäymisen muotoja verkon sosiaalinen media on mahdollistanut – tai joihin se on pakottanut. Samalla piirtyy näkyviin, miltä esillä, yhdessä ja yleisönä oleminen tuntuvat globaalin verkkoympäristön seinätyömissä tiloissa, joiden tilanteissa lihamaailman viestinnälliset pelisäännöt tai yksityisen ja julkisen totutut rajalinjat eivät useinkaan päde.

**CMT**

KANSI JA KANNEN KUVAT: SAKARI VIISTA © 2011

ISBN 978-951-44-8678-4

